



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORES: TORRES, V. EVELIN G.

ALEJANDRO CHAVEZ V.

DIRECTOR:

Ing. Marcelo Cisneros Ruales M.B.A.

Ibarra, Noviembre 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca establecer la viabilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

La investigación parte del diagnóstico situacional, que ha permitido conocer las condiciones del entorno en el que se crearía la microempresa, se ha establecido Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del proyecto.

El estudio de mercado ha permitido conocer la existencia de un mercado de turistas nacionales y extranjeros que gustan consumir camisas bordadas hechas a mano, resalta su gusto por lo artesanal y están dispuestos a pagar por aquello que les permita resaltar su personalidad. No existen oferentes locales para este tipo de Producción y Comercialización de Camisas Bordadas a Mano, sin embargo en el mercado se encuentra diferentes opciones de camisas, que no cuentan con criterios de diseño y de calidad similar a la ofertada.

Se ha estudiado la macro y micro localización de la microempresa, llegando a determinar la conveniencia de que esta se ubique en uno de los sectores de mayor actividad comercial y concurrencia turística, de manera preferente en el centro de la ciudad, lo cual permitiría un fácil acceso, aproximación a una población de turistas que recorren el sector, se ha considerado la disponibilidad de servicios básicos, movilización, aceptación de la comunidad ante el proyecto, entre otros.

El estudio económico financiero considera la inversión a realizarse en el proyecto, su origen de financiamiento, el costo de oportunidad, costos de operación, nivel de ingresos por ventas, flujo de efectivo en el transcurso de los cinco años de vida del proyecto, estados de resultados, valor actual neto y tasa interna de retorno de la inversión. Aspectos que han permitido llegar las conclusiones y recomendaciones realizadas.

Se ha diseñado también la propuesta organizacional de la microempresa, señalando su estructura organizacional, su Misión y Visión, así como las funciones de los cargos que formarán parte de la microempresa.

Para concluir se analizó y evaluó los impactos que generaría la implementación del proyecto, el impacto económico, social y cultural.

SUMMARY

This study seeks to establish the feasibility of creating a micro-production and marketing of hand-embroidered in the city of Ibarra Imbabura province shirts.

The investigation of the situational analysis, which has allowed to know the conditions of the environment that would be created microenterprise has been established Allies, Opponents, Opportunities and Risks of the project.

Market research has shown the existence of a market for domestic and foreign tourists who like consuming handmade embroidered shirts, highlight your taste for the craft and are willing to pay for something that allows them to enhance their personality.

There are no local suppliers for this type of production and marketing of Hand Embroidered shirts, however the market is different options of shirts that do not have design criteria and similar to the offered quality.

We have studied the macro and micro location micro, reaching the advisability of this will stand at one of the busiest shopping areas and tourist crowd, preferably in the city center, which would allow easy access approach to a population of tourists visiting the area, we have considered the availability of basic services, mobilization, community acceptance to the project, among others.

The economic and financial study considers the investment to be made in the project, its source of funding, the opportunity cost, operating costs, income level, net cash flow during the five years of the project, states results, net present value and internal rate of return on investment. Aspects that have enabled reach the conclusions and recommendations made.

He has also designed the organizational proposal microenterprise, noting its organizational structure, its mission and vision, as well as the functions of the charges that will be part of microenterprise.

To conclude analyze and evaluate the impacts generate project implementation, economic, social and cultural impact..

AUTORÍA

Nosotros, TORRES V. EVELIN G., CHAVEZ ALEJANDRO portadores de la cédula de ciudadanía N° 100353791-5 y 100225392-8 declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que hemos respetado las diferentes fuentes de información.



.....

TORRES, V. EVELIN G.



.....

CHAVEZ ALEJANDRO

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados, Srta. TORRES V. EVELIN G., y Sr. CHAVEZ ALEJANDRO, para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA." Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de Noviembre del 2014



DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO (E)
DR. BENITO SCACCO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotros, TORRES, V. EVELIN G., y CHAVEZ ALEJANDRO, con cédula de ciudadanía Nro. 100353791-5 y 100225392-8 expresamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

Nombre: TORRES, V. EVELIN G..
Cédula: 100353791-5

Firma):

Nombre: CHAVEZ ALEJANDRO.
Cédula: 100225392-8

Ibarra, a los 15 días del mes de Noviembre del 2014

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO		
Cédula de Identidad	100353791-5 /100225392-8	
Apellidos y nombres	TORRES V. EVELIN G. CHAVEZ ALEJANDRO	
Dirección	Barrio Las Palma Juan Martínez de Orbe 3.71 y Panamá Barrio azaya calle san salvador 475 y Riobamba	
E-mail	evegtv@gmail.com alejandrochavezvaca@gmail.com	
Teléfono	0988345785/ 062 604 081 0991409334 / 062 547 084	
DATOS DE LA OBRA		
Título	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.	
Autor	TORRES V. EVELIN G. CHAVEZ ALEJANDRO	
Fecha	2014/11/15	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa	<input type="checkbox"/> Pregrado	<input type="checkbox"/> Posgrado
Título por el que optan	Ingenieros en Contabilidad y Auditoría C.P.A.	
Asesor / Director	Ing. Marcelo Cisneros Ruales M.B.A.	

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros TORRES, V. EVELIN G., y CHAVEZ ALEJANDRO, con cédula de ciudadanía No 100353791-5, 100185579-8 en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

2. CONSTANCIA

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es Los Autores de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra a los 15 días del mes de Noviembre del 2014

AUTOR:

Firma: 

TORRES V. EVELIN G..

C.I.: 100353791-5

Firma: 

CHAVEZ ALEJANDRO.

C.I.: 100225392-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

ACEPTACIÓN:

Firma: 

Ing. Betty Chávez

JEFE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

El presente trabajo dedicamos a nuestros padres quienes día a día estuvieron junto a nosotros, brindándonos su apoyo incondicional en nuestra superación, haciendo posible culminar esta meta tan anhelada, que siempre pondremos al servicio del bien, la verdad y la justicia.

TORRES V. EVELIN G.
CHAVEZ ALEJANDO

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la luz que ha guiado nuestro camino durante toda nuestra vida, a nuestros padres por el apoyo incondicional, y a todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron en nuestro proceso.

Me complace sobre manera a través de este trabajo exteriorizar nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoria, a los distinguidos Docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas nos brindaron sus conocimientos, pero sobre todo el ejemplo de trabajo y responsabilidad en el compromiso diario de enseñar y aprender, lo cual me ha servido para ser unas personas honesta, trabajadoras, responsables y productivas para la sociedad.

TORRES V. EVELIN G.
CHAVEZ ALEJANDO

PRESENTACIÓN

El “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS BORDADAS A MANO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.” Es una investigación de carácter descriptiva, cuya finalidad ha sido determinar la factibilidad del proyecto, consta de siete capítulos, a saber:

Capítulo I: Permite mediante el diagnóstico, conocer el entorno de la Ciudad de Ibarra en la Provincia de Imbabura, Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos relacionados con el proyecto, para finalmente determinar el problema diagnóstico.

Capítulo II: Contiene las bases teóricas y científicas que sustentan la propuesta realizada, cuenta con importante información sobre el estudio de factibilidad, de mercado, técnico, económico financiero, administración, producción y comercialización de camisas bordadas a mano, que ha sido recabada de material bibliográfico, internet y revistas relacionadas al tema.

Capítulo III: Permite contar con información relacionada al mercado, la estimación de la demanda, oferta del producto, comercialización, para lo cual se ha aplicado encuestas que permitan recabar información sobre gustos y preferencias en el consumo de camisas bordadas. El estudio de mercado a más de permitirnos determinar la posible oferta y demanda existentes, orientar la fijación de precios, medios publicitarios, constituye la base del estudio técnico, financieros y económicos del proyecto.

Capítulo IV: Considera aspectos técnicos para la creación de la microempresa, micro y macro-localización, diseño de planta, descripción

de áreas operativas de la microempresa, detalle de instalaciones, equipos, herramientas, servicios, materias primas y otros.

Capítulo V: EL estudio económico – financiero permite determinar cuál es el capital requerido para la creación de la micro empresa, estableciendo fuentes de financiamiento, costos, gastos, flujos de caja y estados financieros que permitan conocer la utilidad o pérdida del proyecto, determinando al final la factibilidad o no de la creación de la microempresa.

Capítulo VI: La propuesta estratégica organizacional, comprende la estructura organizacional, principales funciones y responsabilidades de la microempresa, su misión, visión, principios y valores institucionales.

Capítulo VII.- Se analizan los posibles impactos, positivos como negativos más relevantes que se presentarían como resultado de la ejecución del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es de mucha importancia para sus proponentes, ya que constituiría una oportunidad de trabajo e inversión, mediante la creación de su propia microempresa.

El proyecto permitirá establecer la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización de camisas bordadas a mano, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, y a su vez buscará satisfacer el requerimiento de un segmento de mercado de turistas nacionales que busca nuevas formas de expresarse e identificarse con sus líderes por medio de su imagen, así como también el requerimiento de un segmento de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Ibarra y que buscan productos y recuerdos de su estadía en la ciudad.

El proyecto sugerirá la estructura organizacional de la microempresa, su Misión y Visión, el talento humano requerido para el desarrollo de la actividad propuesta, así como sus principales funciones y responsabilidades.

Parte importante del estudio es el análisis económico financiero del mismo, establecer el origen del financiamiento, flujos de caja e indicadores financieros, que permitan conocer de manera estimada los resultados del proyecto en el transcurso del tiempo y por ende sean elementos que orienten la decisión de inversión.

Entre otros, los beneficiarios de este proyecto serán los jóvenes que buscan prendas de vestir diferentes, que los distinga e identifique con sus líderes, los turistas que buscan productos artesanales de la región como recuerdo de su visita y de manera particular los integrantes de esta nueva microempresa.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

Formular el diagnóstico situacional del sector, mediante la matriz AOOR.

Fortalecer la investigación realizada, mediante un marco teórico científico y pertinente.

Realizar el estudio de mercado que permita estimar la oferta y demanda potenciales existentes en la ciudad.

Desarrollar el estudio técnico del proyecto, que permita definir su micro, macrolocalización y más aspectos técnicos para la ejecución del proyecto. Realizar el estudio económico financiero para determinar el capital necesario para la implementación y desarrollo del proyecto, sus fuentes de financiamiento, costos, gastos e ingresos, que permitan evaluar el nivel de rentabilidad.

Formular la propuesta estratégica organizacional, su estructura, principales funciones y responsabilidades de la microempresa, misión, visión, principios y valores institucionales

Estudiar los impactos que ocasionaría la ejecución del proyecto en sus ámbitos de incidencia.

ÍNDICE

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
JUSTIFICACIÓN	xiii
OBJETIVOS	xiv
ÍNDICE	xv
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
1.1. ANTECEDENTES	25
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	26
1.2.1. General	26
1.2.2. Específicos	26
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS	27
1.4. INDICADORES	27
1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	27
1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO	28
1.6.1. Identificación de la población y muestra	28
1.6.2. Información Secundaria.	28
1.7. Matriz AOOR.	55

CAPÍTULO II	57
MARCO TEÓRICO	57
2.1. Antecedentes del trabajo artesanal	57
2.2. La empresa	60
2.2.1. Importancia	60
2.2.2. Clasificación	61
2.2.3. Por su tamaño	61
2.2.4. Por el sector al que pertenecen	61
2.3. La microempresa	62
2.3.1. Características	62
2.3.2. Clasificación	63
2.3.3. Ventajas de las microempresas	64
2.3.4. Desventajas de las microempresas	64
2.4. Marco legal para el establecimiento de la microempresa	65
2.5. Estructura administrativa de la microempresa	65
2.6. Organigramas	66
2.7. Manual de funciones	67
2.8. Flujograma	68
2.9. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	68
2.10. ESTUDIO DE MERCADOS	69
2.11. ESTUDIO TÉCNICO	72
2.12. Ingeniería del Proyecto	73
2.13. Presupuesto Técnico	74
2.14. Capital de Trabajo	75
2.15. Estudio Financiero	75
2.16. Gastos Administrativos	77
2.17. Evaluación Financiera	78
2.18. Estructura Organizacional	79
2.19. Impactos	81
CAPÍTULO III	83
ESTUDIO DE MERCADO	83
3.1. PRESENTACIÓN	83

3.2.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	83
3.2.1.	Objetivo general	83
3.2.2.	Objetivos específicos	84
3.2.3.	Variables del Diagnostico	84
3.2.4.	Indicadores	84
3.3.	Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores.	85
3.4.	Segmentación de Mercado y Mercado Meta	86
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	87
3.6.	CÁLCULO DE LA MUESTRA	87
3.7.	RESULTADOS DE ENTREVISTA A PRODUCTORAS DE CAMISAS BORDADAS.	88
3.8.	Resultados de las encuestas aplicadas a potenciales consumidores, turistas nacionales e internacionales.	89
3.9.	CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	94
3.10.	CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA	95
3.11.	DEMANDA INSATISFECHA	96
3.12.	OFERTA DEL PROYECTO	96
3.13.	DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO	97
3.14.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	98
3.15.	PRODUCTOS SUSTITUTOS	98
3.16.	MERCADO META	98
3.17.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	98
3.18.	ANÁLISIS DE PRECIOS	99
3.19.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	99
3.20.	COMERCIALIZACIÓN	99
3.21.	MEZCLA DE MARKETING	100
	CAPÍTULO IV	103
	ESTUDIO TÉCNICO	103
4.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	103
4.1.1.	Macrolocalización.	103
4.1.2.	Microlocalización.	105
4.2.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	106

4.2.1.	Facilidad de acceso, transporte y comunicación.	106
4.2.2.	Disponibilidad y cercanía de materia prima.	106
4.2.3.	Disponibilidad de Servicios Básicos	106
4.2.4.	Actitud de la Comunidad.	106
4.2.5.	Seguridad.	107
4.2.6.	Posibilidad de eliminación de desechos.	107
4.3.	LOCALIZACIÓN DE PLANTA.	107
4.3.1.	Diseño de Instalaciones.	108
4.3.2.	Proceso de producción	108
4.4.	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.	113
4.5.	INVERSIONES.	113
4.6.	TALENTO HUMANO REQUERIDO.	117
4.7.	MATERIA PRIMA DIRECTA.	118
4.8.	TAMAÑO DEL PROYECTO.	120
CAPÍTULO V		122
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.		122
5.1.	ESTRUCTURA Y ORIGEN DE LA INVERSIÓN.	122
5.2.	INVERSIONES.	124
5.3.	INGRESOS.	127
5.4.	FINANCIAMIENTO.	132
5.5.	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.	134
5.6.	ESTADOS PROFORMA	134
5.7.	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.	136
CAPÍTULO VI		142
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL		142
6.1.	NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	142
6.2.	PROPUESTA ESTRATÉGICA	142
6.3.	OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA	143
6.3.1.	Objetivo general	143
6.3.2.	Objetivos específicos	143
6.4.	ASPECTOS LEGALES	143
6.5.	ESTRUCTURA ORGÁNICA	144

6.6.	MANUAL DE FUNCIONES	145
	CAPÍTULO VII	156
	IMPACTOS DEL PROYECTO	156
7.1.	ANÁLISIS DE IMPACTOS	156
7.2.	OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS	156
7.3.	IMPACTO SOCIO ECONÓMICO	158
7.4.	IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	158
7.5.	IMPACTO AMBIENTAL	159
7.6.	MATRIZ GENERAL	159
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	160
	CONCLUSIONES	160
	RECOMENDACIONES:	161
	BIBLIOGRAFÍA	162
	LINCONGRAFÍA	164

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N. 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	27
CUADRO N. 2 Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010	30
CUADRO N. 3 Población por Género del Cantón Ibarra Censo 2010	31
CUADRO N. 4 Superficie de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Ibarra	32
CUADRO N. 5 Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010	35
CUADRO N. 6 Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011	49
CUADRO N. 7 Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011	50
CUADRO N. 8 Matriz AOOD	55
CUADRO N. 9 Matriz de relación de Objetivos, Variables e Indicadores	85
CUADRO N. 10 Segmentación de Mercado	86
CUADRO N. 11 Demanda de Camisas Bordadas a mano	95
CUADRO N. 12 Oferta de camisas bordadas	95
CUADRO N. 13 Demanda insatisfecha	96
CUADRO N. 14 CUADRO DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE CAMISAS POR ARTESANA	97
CUADRO N. 15 CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	104
CUADRO N. 16 Maquinaria y Equipos	114
CUADRO N. 17 Equipo de Oficina	114
CUADRO N. 18 Muebles de Oficina	115
CUADRO N. 19 Activos Diferidos	115
CUADRO N. 20 Capital de Trabajo	116
CUADRO N. 21 Resumen Inversión Total	116
CUADRO N. 22 Origen de la Inversión	117
CUADRO N. 23 Mano de Obra Directa	117
CUADRO N. 24 Personal de Administración y Ventas	118

CUADRO N. 25 Materia Prima Directa	118
CUADRO N. 26 Materia Prima Indirecta e Insumos	119
CUADRO N. 27 Suministros	119
CUADRO N. 28 Costo de Productos Terminados	119
CUADRO N. 29 Estructura de la Inversión	122
CUADRO N. 30 Origen de la inversión	122
CUADRO N. 31 Costo de Oportunidad	123
CUADRO N. 32 Maquinaria y Equipos	124
CUADRO N. 33 Muebles de Oficina	125
CUADRO N. 34 Equipo de Oficina	125
CUADRO N. 35 Gastos Preoperativos	126
CUADRO N. 36 Capital de Trabajo	126
CUADRO N. 37 Resumen de la inversión	127
CUADRO N. 38 Variación de precios	127
CUADRO N. 39 Ingresos Proyectados	128
CUADRO N. 40 Materia Prima Directa	129
CUADRO N. 41 Mano de Obra Directa	129
CUADRO N. 42 Materia Prima Indirecta	129
CUADRO N. 43 Costo total y unitario de producción	130
CUADRO N. 44 Gastos Administrativos	130
CUADRO N. 45 Servicios Básicos	131
CUADRO N. 46 Gasto Promoción y Publicidad	131
CUADRO N. 47 Proyección Gastos Financieros	131
CUADRO N. 48 Tabla de Amortización	132
CUADRO N. 49 Tabla Depreciación	134
CUADRO N. 50 Estado de Situación Inicial	134
CUADRO N. 51 Estado de Resultados	135
CUADRO N. 52 Flujo de Caja	136
CUADRO N. 53 Cálculo del Valor Presente Neto	137
CUADRO N. 54 Tasa Interna de Retorno	138
CUADRO N. 55 Período de Recuperación de la Inversión	139

CUADRO N. 56 Relación Costo Beneficio Ingresos y Egresos. Actualizados	140
CUADRO N. 57 Datos del Punto de Equilibrio	141
CUADRO N. 58 Calculo del Punto de Equilibrio	141
CUADRO N. 59 Cuadro Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera	141
CUADRO N. 60 Tabla de ponderación/ matriz de impactos	157
CUADRO N. 61 Impacto socio económico	158
CUADRO N. 62 Impacto educativo cultural	158
CUADRO N. 63 Impacto ambiental	159
CUADRO N. 64 Matriz general	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N. 1 Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010	30
GRÁFICO N. 2 Población por Género Cantón Ibarra - Censo 2010	31
GRÁFICO N. 3 Mapa Geográfico Provincia de Imbabura	31
GRÁFICO N. 4 Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010	35
GRÁFICO N. 5 Superficie por Categorías de uso de Suelos Provincia de Imbabura	38
GRÁFICO N. 6 Superficie Plantada de los Principales Cultivos Permanentes	39
GRÁFICO N. 7 Superficie Sembrada de los Principales Cultivos Transitorios	40
GRÁFICO N. 8 Existencias de Ganado por Especies	40
GRÁFICO N. 9 Producción de Leche y Destino	41
GRÁFICO N. 10 Existencias de Aves de Campo	42
GRÁFICO N. 11 Mapa Agropecuario de la Provincia de Imbabura	42
GRÁFICO N. 12 Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011	49
GRÁFICO N. 13 Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011	51
GRÁFICO N. 14 Compra artesanías bordadas a mano	89
GRÁFICO N. 15 Producto artesanal que compra con mayor frecuencia	90
GRÁFICO N. 16 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa bordada a mano	91
GRÁFICO N. 17 Talla de camisa que adquiere usted	91
GRÁFICO N. 18 Consideraciones que realiza para adquirir una camisa bordada	92
GRÁFICO N. 19 Con que frecuencia adquiere camisas bordadas	93
GRÁFICO N. 20 Unidades que adquiere en cada compra	93
GRÁFICO N. 21 Color preferido para la compra de camisas bordadas	94
GRÁFICO N. 22 Mapa del Ecuador y Provincia de Imbabura	104

GRÁFICO N. 23 Mapa Político del Cantón Ibarra	105
GRÁFICO N. 24 Distribución de planta	107

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La actividad artesanal en la provincia de Imbabura y de manera particular en la ciudad de Ibarra, es una actividad de mucha trascendencia ya que constituye una importante fuente de ingresos para quienes participan en ella. Se puede observar la presencia de varias actividades artesanales, entre las más importantes se puede citar los tallados de madera, en la parroquia de San Antonio, las artesanías bordadas en la parroquia de Zuleta, donde se encuentra una gran variedad de productos blusas, camisas, vestidos, manteles, servilletas entre otros.

El bordado con aguja inicio en el país con la colonización española, las indígenas adoptaron técnicas de bordado europea, transferida por religiosas o mujeres que al interior de los conventos o del hogar compartieron los conocimientos traídos de Europa.

Los talleres de bordados a mano con bordadoras de Zuleta inicio hace 50 años en el gobierno del ex presidente Galo Plaza Lasso, con la finalidad de promover la producción y desarrollo de microempresas para mujeres indígenas de la comunidad de Zuleta y de la Esperanza.

El bordado ha sido una de las actividades artesanales predominante en la ciudad de Ibarra, han sido las mujeres indígenas del sector de Zuleta, parroquia la Esperanza quienes durante generaciones han cultivado este arte, combinando sus quehaceres diarios del campo y de ama de casa con la creación de verdaderas obras de arte con excelentes acabados en prendas vestir tejidas a mano.

Muchos han sido los personajes ilustres que han hecho uso de estos productos artesanales de gran prestigio, el cliente ilustre más reciente es el actual Presidente de la República, Rafael Correa Delgado, quien ha impulsado el consumo de productos nacionales y de manera particular el uso de camisas bordadas.

El precio de las camisas bordadas varía de conformidad con el tamaño de la prenda y la calidad del bordado, estas prendas son muy cotizadas por los extranjeros quienes encuentran en el diseño verdaderas obras de arte, sin que importe su precio sino su valor artístico.

No obstante lo señalado, no existe en la ciudad, un local comercial o punto de venta de este tipo de productos, que permita que quienes gustan de camisas bordadas puedan acceder a ellas con mayor facilidad.

El proyecto busca generar una propuesta que fortalezca la tradición de producir prendas de vestir artesanales, de manera específica camisas bordadas, lo cual contribuirá a mejorar las condiciones de producción y comercialización de este tipo de artesanía.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. General

Realizar el diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, identificando el entorno en el que se va a desarrollar la microempresa de producción y comercialización de camisas bordadas a mano.

1.2.2. Específicos

Establecer antecedentes históricos y geográficos de la ciudad

Analizar los datos sociodemográficos

Establecer los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto.

Estudiar aspectos internos y externos que afecten el proyecto.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- ✓ Antecedentes históricos y geográficos
- ✓ Datos socio demográficos
- ✓ Datos socio económicos
- ✓ Internas y externas a la microempresa

1.4. INDICADORES

- ✓ Información histórica y geográfica
- ✓ Datos poblacionales
- ✓ Actividades económicas

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N. 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Establecer antecedentes históricos y geográficos de la ciudad.	Datos históricos y geográficos	<ul style="list-style-type: none"> - Historia - Datos geográficos - División política 	Investigación bibliográfica documental y de campo
Analizar datos sociodemográficos.	Datos socio demográficos	<ul style="list-style-type: none"> - Datos de la población por edad y sexo 	Investigación documental
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia	Datos socio económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Datos socio económicos - PEA por grupo ocupacional. - Actividad económica. 	Investigación documental.
Estudiar aspectos internos y externos que afecten el proyecto	Internas y Externas	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico interno - Diagnóstico externo 	Entrevista a expertos Observación directa

Fuente: Diagnostico

Elaborado: Los Autores

1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

El diagnóstico se ha realizado aplicando diferentes técnicas de investigación, la investigación bibliográfica ha permitido recopilar datos e información sobre el tema, la observación directa ha permitido conocer la actividad mediante un proceso descriptivo de la realidad.

Finalmente se ha analizado la información recopilada con la finalidad de establecer el problema diagnóstico o la oportunidad de inversión.

1.6.1. Identificación de la población y muestra

Para realizar el presente diagnóstico se ha tomado en cuenta la ciudad de Ibarra.

1.6.2. Información Secundaria.

➤ Antecedentes Históricos de la Ciudad.

La Villa de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común referirse a la ciudad con la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima y amabilidad de sus habitantes.

Hoy en día es muy visitada como sitio de descanso por los turistas nacionales y extranjeros, por su paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural donde predomina el arte y la historia; además existe una gran infraestructura turística y hotelera. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, en la actualidad constituye el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. La ciudad se construyó entre Quito y Pasto, y cerca al mar. En la época de la colonia los viajes comerciales entre estas dos ciudades proveían a Ibarra de un movimiento comercial por lo que se la consideraba como un pueblo en progreso continuo. El intercambio productivo hizo que la ciudad creciera rápidamente y sus características para la agricultura propiciaron el desarrollo de la zona.

El asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fueron contruidos en el valle de los Caranquis, en los terrenos de Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. Aún se pueden encontrar restos de construcciones Incas. Los datos históricos y antropológicos afirman que en la conquista española se construyó una ciudad colonial sobre la villa Inca, se usaron las mismas piedras talladas para construir casas coloniales.

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. Así también el 28 de abril de 1872, constituye una fecha memorable para la ciudad de Ibarra, ya que marca el retorno a la ciudad después del alejamiento parcial debido al terremoto que devastó a la ciudad la madrugada del 16 de agosto de 1868.

➤ **Demografía.**

De conformidad con el censo realizado por el INEC en el 2010, La ciudad de Ibarra contaba con una población de 131.856 habitantes en su área urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, en tanto que, el cantón del mismo nombre incluida la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales 93.389 son mujeres, y 87.786 son hombres.

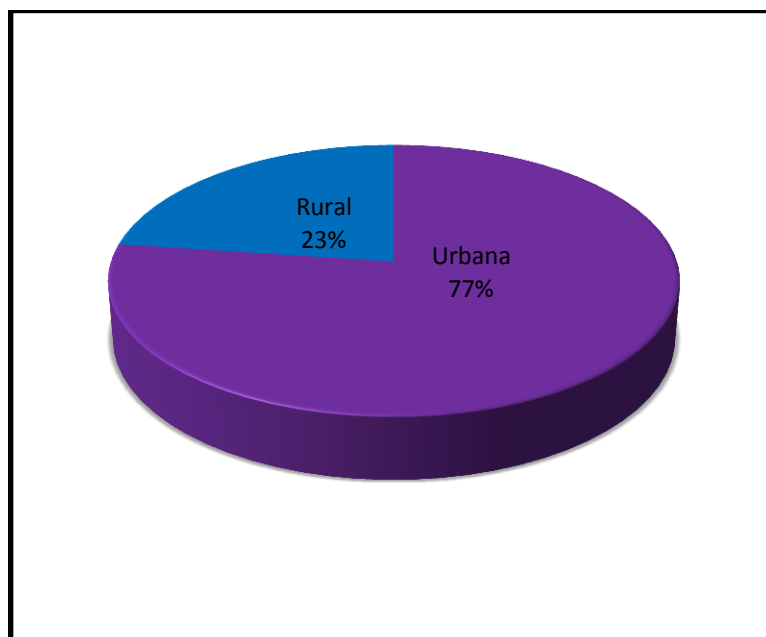
CUADRO N. 2 Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010

Áreas	Nro. de Habitantes	Porcentaje
Urbano	139721	77%
Rural	41454	23%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO N. 1 Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

De acuerdo con dichos datos poblacionales es necesario mencionar que la edad promedio de un individuo a nivel del cantón es de 29.6 años, además el 30.2% de la población cuenta con seguro general, mientras que el 9.1% de las personas cuenta con un seguro de salud privado.

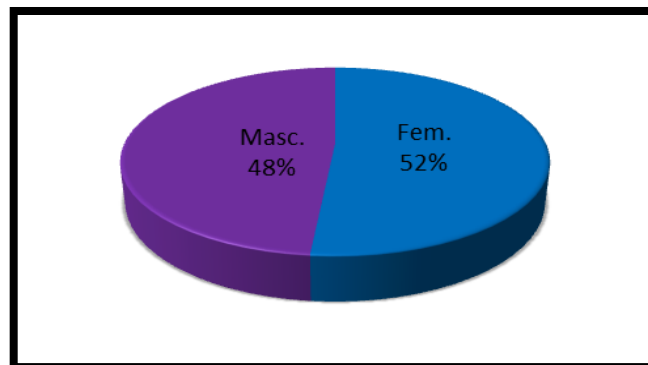
CUADRO N. 3 Población por Género del Cantón Ibarra Censo 2010

Género	Nro. de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO N. 2 Población por Género Cantón Ibarra - Censo 2010



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

➤ Ubicación Geográfica.

GRÁFICO N. 3 Mapa Geográfico Provincia de Imbabura



Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

➤ **Aspectos Sociodemográficos.**

El Cantón Ibarra está constituido por cinco Parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato, que abarcan un área total de 41.68 km² y siete Parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Ibarra, San Antonio que cuentan con una superficie de 1.162.55 km².

CUADRO N. 4 Superficie de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Ibarra

Ciudad	Km2
San Francisco	10.29
El Sagrario	10.68
La Dolorosa del Priorato	9.47
Caranqui	6.53
Alpachaca	4.71
Total	41.68

Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea base RRNN, 2005

Elaborado por: Los Autores

Las principales Parroquias urbanas con mayor afluencia de público en la ciudad blanca son: El Sagrario y San Francisco, en donde es importante destacar que debido a su ubicación estratégica en el centro de la ciudad actualmente conforman el motor comercial de Ibarra. Estas Parroquias actualmente cuentan con 57.987 habitantes, según las estimaciones

realizadas en base al último censo de población y vivienda realizado en el año 2010.

➤ **Seguridad.**

En aspectos de seguridad cabe realizar un análisis a nivel de toda la provincia de Imbabura, debido a que es un ámbito general en donde se realiza un trabajo conjunto a fin de lograr mejores resultados, en este ámbito es evidente que en la ciudad y provincia no existen altos índices delincuenciales a diferencia de otras ciudades y provincias en el país, por lo que se está trabajando en conjunto autoridades y comunidad para dar soluciones a los problemas de seguridad ciudadana. Los mejores aliados para este proceso de seguridad son; policía nacional, alcaldes, jefes políticos y la ciudadanía de cada cantón ya que son los que conocen la realidad de sus sectores.

Con la finalidad de fortalecer la seguridad a nivel provincial, se está ejecutando el plan integral de seguridad ciudadana, y constituye el instrumento que articula los proyectos y acciones del Gobierno Provincial y de la Policía, responsables de la seguridad y del orden público en Imbabura.

El plan Integral de Seguridad Ciudadana, requiere de la participación comunitaria ya que es trascendental en la búsqueda de soluciones a los problemas de inseguridad que enfrentan los sectores de Imbabura. Es importante que la comunidad trabaje junto con la Gobernación y la Policía para disminuir la inseguridad de todos sus habitantes.

Dicho plan se lo ha elaborado con el fin de fortalecer y modernizar los mecanismos necesarios para garantizar los derechos humanos, en especial el derecho a una vida libre de violencia y criminalidad, la disminución de los niveles de delincuencia y el mejoramiento de la calidad de vida de toda la comunidad Imbabureña.

Actualmente la policía ha cambiado su accionar, y su labor se canaliza por un enfoque preventivo más que represivo. El plan prevé acciones prioritarias orientadas hacia los jóvenes y mujeres. La juventud es uno de los grupos más afectados por la violencia y la delincuencia, tanto en condición de víctimas como en la de victimarios, mientras que la población femenina está catalogada como una de las más vulnerables como víctima de la inseguridad ciudadana.

La ciudad se ha consolidado como una ciudad apta para el comercio y al ser una ciudad de paso medianamente fronterizo se ha visto también afectada por todas las implicaciones que ello deriva, el narcotráfico, así como el contrabando son las actividades delictivas más comunes en la ciudad y ante ello el trabajo conjunto que vienen realizando la gobernación, conjuntamente con la policía nacional y fuerzas armadas han dado excelentes resultados ya que en este ámbito delictivo se han logrado dar duros golpes al hampa organizada.

Las autoridades de la ciudad se encuentran trabajando de manera conjunta a fin de que en un futuro cercano, se logre consolidar a la provincia de Imbabura como una de las más seguras a nivel nacional.

➤ **Educación.**

En el ámbito educativo la ciudad de Ibarra y en general la provincia de Imbabura ha logrado consolidarse como un referente en la región Norte del país, debido al trabajo realizado a fin de erradicar el analfabetismo.

Los resultados del censo realizado en el 2010 demuestran que a nivel del cantón existe un 5.5% de analfabetismo promedio en la población mayor o igual a los 15 años de edad, mientras que el promedio de años de escolaridad mayor o igual a 10 es del 9.8% lo cual indica un alto índice de escolaridad, en tanto que la cobertura del sistema de educación pública es del 70.2%, en donde cabe destacar que tan solo existe un 2.9% de hogares con niños/as que no asisten a un establecimiento educativo.

CUADRO N. 5 Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura -

Censo 2010

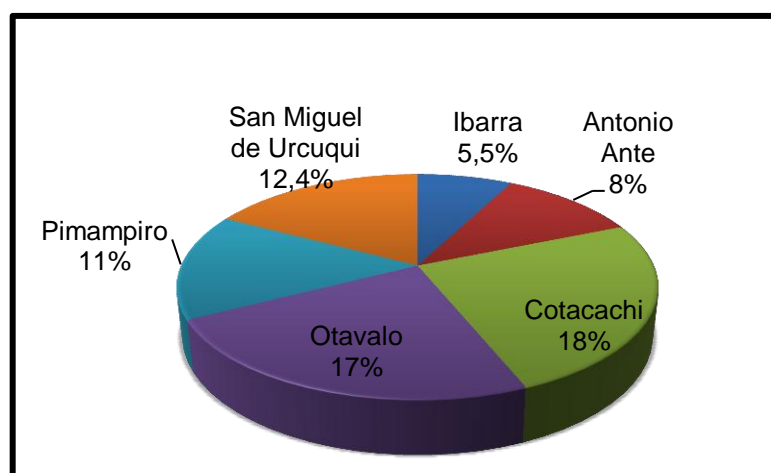
Cantón	Analfabetismo (%)
Ibarra	5.5%
Antonio Ante	8%
Cotacachi	18%
Otavalo	17%
San Miguel de Urcuquí	12.4%
Pimampiro	11%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO N. 4 Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura -

Censo 2010



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

Respecto al analfabetismo digital, vinculado al uso de la computadora y la tecnología, se ha establecido que en el cantón Ibarra existe un 23.5% de analfabetismo digital en edades comprendidas o mayores a 10 años, en tanto que un 68.2% de la población utiliza telefonía móvil, además un 43.7% de la población tiene acceso a una computadora y finalmente el 37.2% de la población utiliza y tiene acceso al internet.

En la actualidad se encuentra en ejecución el proyecto "YACHAY" o "CIUDAD DEL CONOCIMIENTO", que involucra a toda la provincia, ocasionando desarrollo tecnológico a nivel regional, nacional e internacional para quienes formaran parte de esta propuesta tecnológica. La ciudad del conocimiento comprende la construcción de un parque tecnológico donde se implantarán microempresas, instituciones, organismos públicos y privados relacionados con la investigación, la generación de nuevas ciencias así como el desarrollo de diversas ramas tecnológicas tan importantes como la nanotecnología.

➤ **Cultura y recreación.**

Dentro de las actividades culturales y recreativas la provincia de Imbabura, como la ciudad de Ibarra vienen trabajando en el fortalecimiento de estos aspectos con el Ministerio de Cultura y la Ilustre Municipalidad de Ibarra. Conviene señalar que estas dependencias vienen trabajando en la recuperación de viejas tradiciones engendradas en la provincia así como también en la recuperación de juegos tradicionales entre los que destaca el juego de tabla, en donde se vienen ejecutando proyectos de recuperación de la identidad social y cultural de la provincia.

Hoy en día es común ver que se están unificando a los diferentes movimientos sociales y culturales, a los cuales se les está concediendo el espacio y participación en diferentes ámbitos de la comunidad a fin de dar a conocer todo su potencial contemplando actividades como el teatro, pintura, música, entre otros.

Las principales actividades culturales que cuentan con trayectoria y reconocimiento, a nivel provincial son:

- ✓ El Inti-Raymi
- ✓ El Carnaval de Coangue
- ✓ El Yamor
- ✓ El Pawcar Raymi

- ✓ Las comparsas del 31 de Diciembre

➤ **Salud.**

La provincia de Imbabura mediante el apoyo del gobierno nacional y este a través del Ministerio de Salud Pública vienen trabajando de forma conjunta a fin de garantizar la calidad de los servicios de salud para toda la población en cada cantón.

A partir del año 2008 se viene trabajando en el desarrollo de competencias interculturales en el personal de salud, afín de dar cumplimiento al principio de interculturalidad que promulga el MSP a nivel nacional, en donde se destaca que la provincia cuenta con un sistema de información único que incluye la variable étnica para la desagregación estadística, además de la adecuación de la infraestructura física que incluye señalética en kichwa y español en las diferentes unidades médicas, adecuación y ambientación de la sala de parto culturalmente en áreas sub urbanas y rurales.

Otros aspectos relevantes resultado del trabajo conjunto constituyen, el fortalecimiento de la red comunitaria principalmente en zonas rurales con la participación de parteras, Equipos Básicos de Salud , actores comunitarios como: Comités de Salud, Juntas Parroquiales y Tenientes Políticos, con quienes se han realizado mapas parlantes para la identificación de emergencias obstétricas y referencia oportuna; así como la identificación de grupos de riesgo, prevención de enfermedades y principalmente la certificación a las Parteras Comunitarias por parte del Ministerio de Salud Pública a través de la capacitación en signos de riesgo para que se articulen en la referencia de las embarazadas desde las comunidades hacia las Unidades Operativas. Actualmente la provincia cuenta con 64 unidades de salud.

Consecuentemente es importante señalar que a nivel de los cantones de Imbabura los servicios médicos y/o de salud se encuentran cubiertos, es evidente la inversión que el actual gobierno viene realizando a fin de

garantizar el acceso gratuito a servicios médicos de calidad. Además no existen registros recientes de rebrotes de epidemias, a pesar de que en la provincia existe un gran promedio de personas que viven en el área rural.

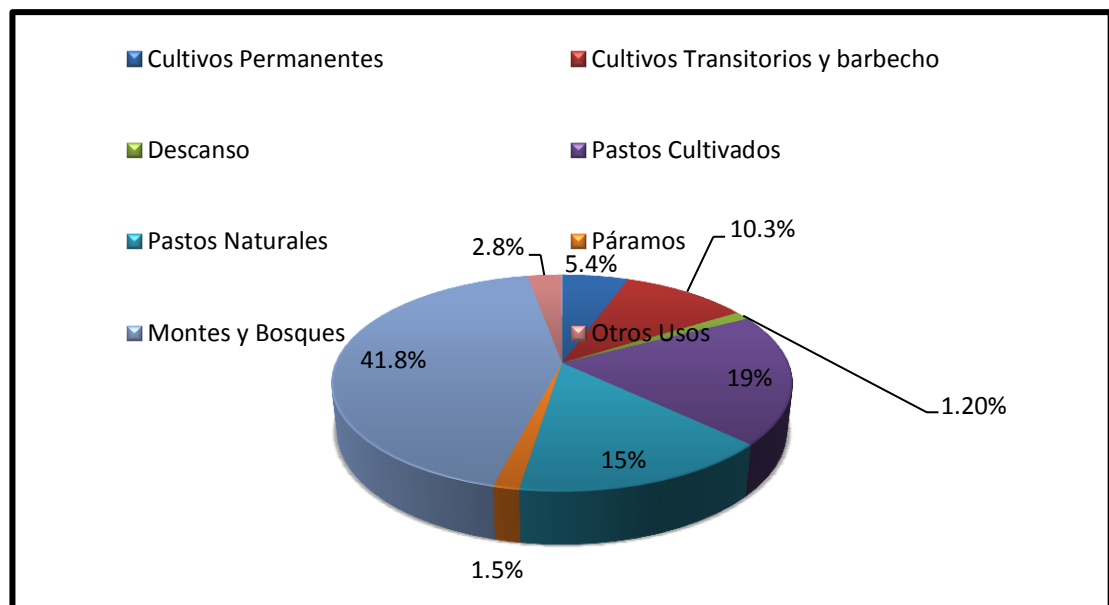
➤ **Aspectos socioeconómicos.**

Agricultura y Ganadería.

La agricultura es la base de la economía Imbabureña, tiene variedad de productos como son: maíz, trigo, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate riñón, cabuya, alfalfa, frutas, papaya, piña, caña de azúcar, ciruela, guabo, aguacates, plátano, naranja, cacao y café. Es una provincia privilegiada pues cuenta con valles fértiles, con una extensión de 4.614,60 Km², que es el 1,80% del total de la superficie nacional.

El área destinada a cultivos alcanza unas 20 mil has., y la destinada a pastos supera las 10 mil. Imbabura es una de las principales provincias en la producción de fréjol seco, se cultivan aproximadamente unas 7.000 has, y la primera en la producción de maíz suave seco con una superficie cultivada de cerca de 35.000 has.

GRÁFICO N. 5 Superficie por Categorías de uso de Suelos Provincia de Imbabura



Fuente: www.ecuadorencifras.com

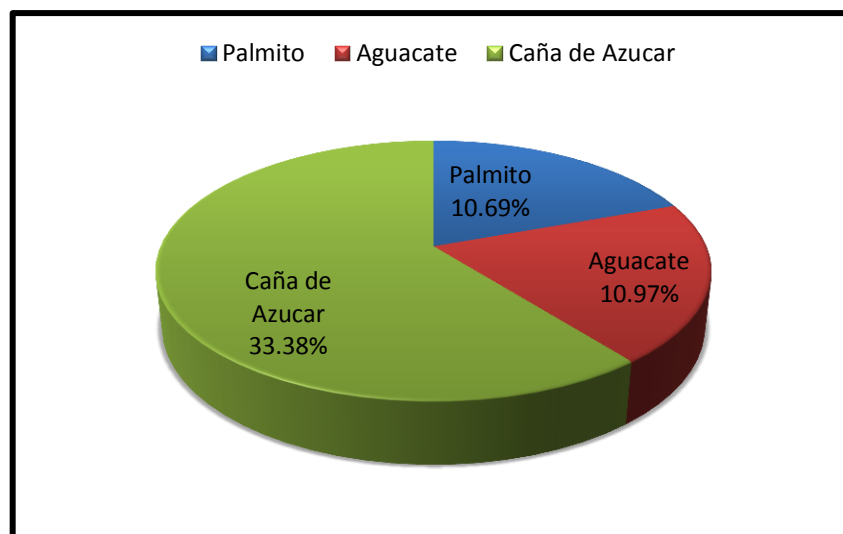
Elaborado por: Los Autores

En uso del suelo predominan montes y bosques, con pastos cultivados, en cultivos permanentes y cultivos transitorios hay superficies bajo el 10%.

Cultivos permanentes

Los cultivos permanentes más representativos en la provincia son: caña de azúcar para azúcar, aguacate y palmito, que cubren el 55,04% del total de superficie plantada. El 44,97% restante de la superficie plantada está cubierto por 32 cultivos permanentes con superficies menores al 10%.

GRÁFICO N. 6 Superficie Plantada de los Principales Cultivos Permanentes



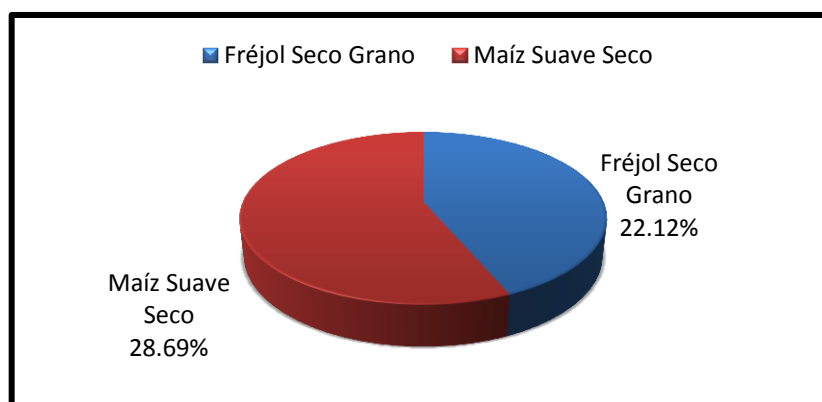
Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Los Autores

Cultivos Transitorios

Los cultivos transitorios más representativos son: maíz suave seco y fréjol seco grano, que cubren el 50,81% de superficie sembrada en la provincia de Imbabura. El 49,19% restante de la superficie sembrada está cubierto por 37 cultivos transitorios con superficies menores al 10%.

GRÁFICO N. 7 Superficie Sembrada de los Principales Cultivos Transitorios

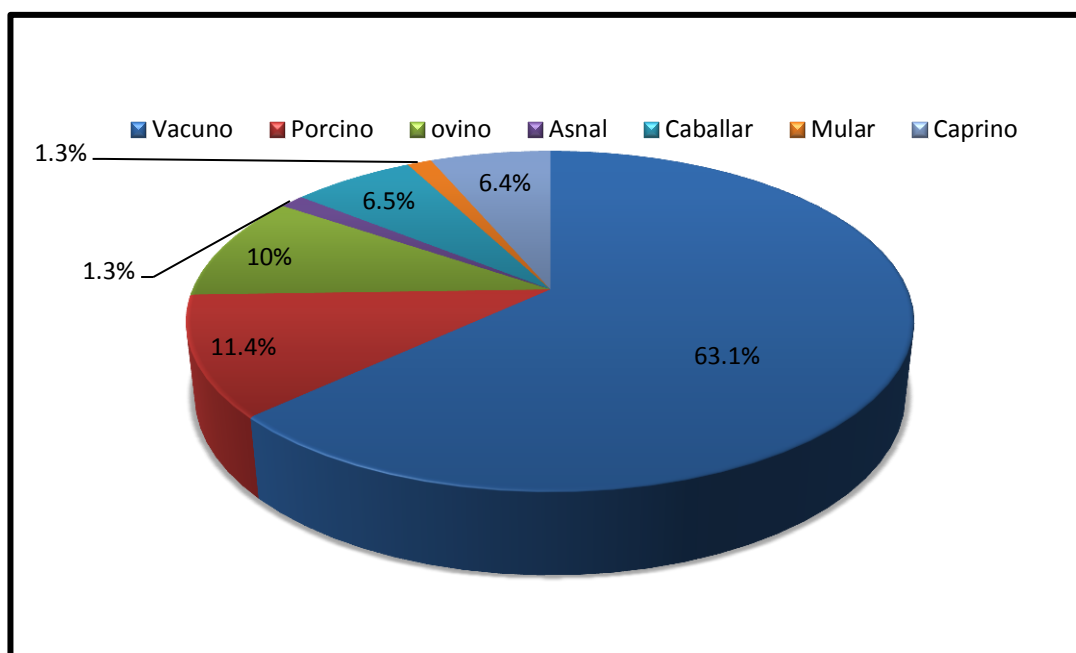


Fuente: www.ecuadorencifras.com
Elaborado por: Los Autores

Producción Pecuaria

La actividad ganadera es buena y rentable que han ayudado en la crianza de ganado vacuno, ovino y porcino, por las grandes extensiones de pastizales que posee. Tiene lugares muy aptos para la ganadería, entre los más importantes están los de Zuleta y La Magdalena.

GRÁFICO N. 8 Existencias de Ganado por Especies

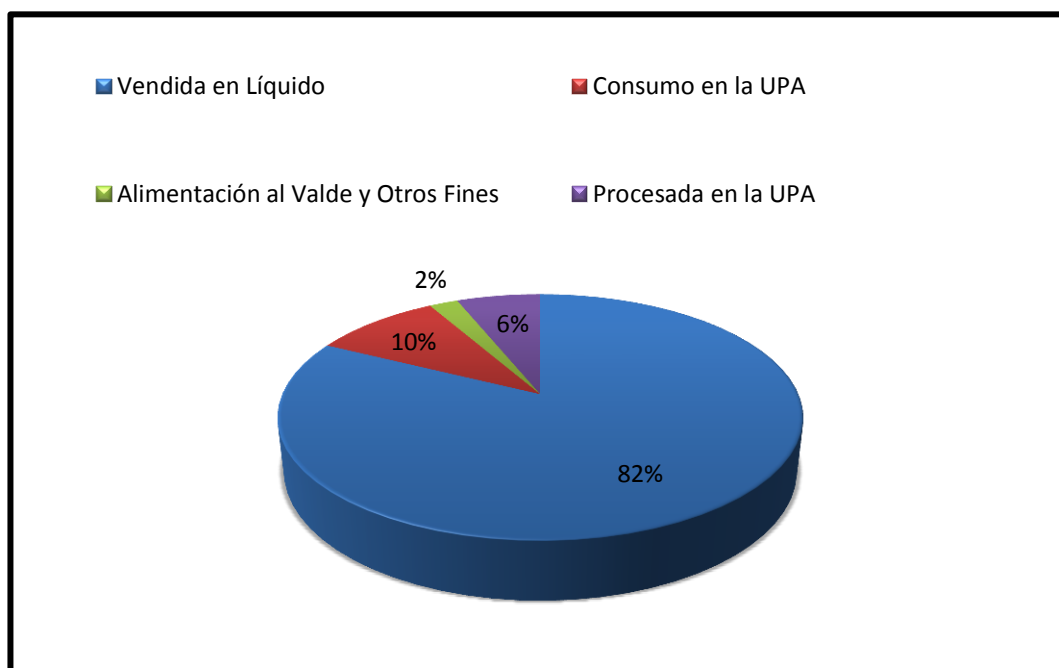


Fuente: www.ecuadorencifras.com
Elaborado por: Los Autores

Producción y destino de la Leche

De la producción de leche la mayor cantidad de litros se destina a la venta. De las vacas existentes en la provincia de Imbabura el 57% están destinadas al ordeño con un promedio de siete litros de leche diarios por vaca.

GRÁFICO N. 9 Producción de Leche y Destino



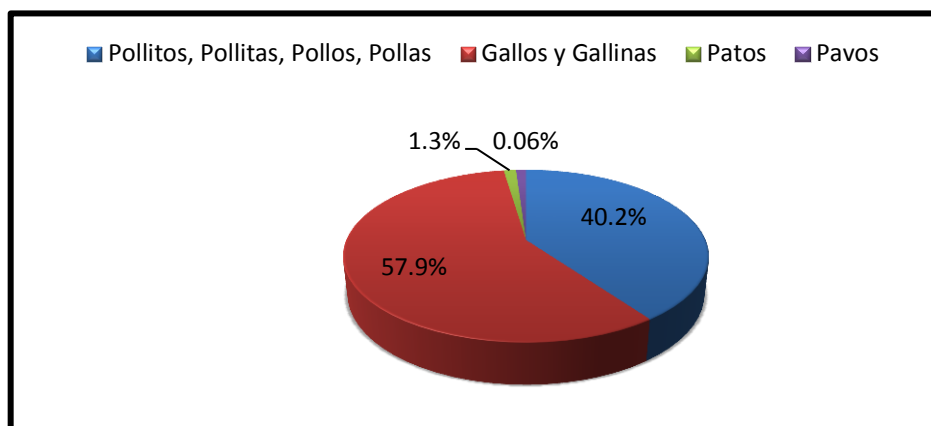
Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Los Autores

Aves de Campo

Por otro lado en la crianza de pollos de engorde ocupa el tercer puesto en el país. En donde las gallináceas: gallos, gallinas, pollos y pollas entre otros, tienen mucha importancia en la alimentación del hombre, por su carne y huevos. La mayor concentración de este tipo de aves en la provincia de Imbabura está en la cría de gallos y gallinas.

GRÁFICO N. 10 Existencias de Aves de Campo



Fuente: www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: Los Autores

Las aves de campo se destinan al autoconsumo, quedando muy poco para las ventas.

Aves de Planteles Avícolas

Un plantel avícola está conformado por uno o más galpones que alojan a un grupo o grupos de aves de una misma especie y que tienen unos sistemas especiales de cuidados, alimentación, sanitarios y medidas de seguridad. En la provincia de Imbabura el 100 por ciento se dedica a la crianza de pollitos, pollitas, pollos y pollas.

GRÁFICO N. 11 Mapa Agropecuario de la Provincia de Imbabura



Fuente: Dirección de Planificación GPI

➤ **Industria.**

Si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial de Imbabura es bajo. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Las principales ramas manufactureras son: textiles, confección de prendas de vestir, artículos de cuero, la industria de producción y comercialización de alimentos y Producción y Comercialización de Camisas Bordadas a Mano.

➤ **Servicios.**

Dentro del área de servicios que comprende dotación y abastecimiento de servicios básicos a la comunidad, cabe destacar el trabajo que viene realizando el cabildo de la ciudad para la dotación y cobertura en todas las áreas de la ciudad.

En cuanto a servicios de telecomunicaciones aún es muy notoria la desigualdad existente en la distribución del servicio, lo que acentúa aún más la brecha existente entre zonas urbanas y rurales, condenando a las segundas a seguir desintegradas económicamente, con bajos ingresos capitales, aislados de los servicios básicos, lo que implica un grave problema para las grandes ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil, Ibarra y otras cabeceras provinciales, debido a que esta situación hace que exista una masiva y potencial migración rural, lo que implicaría una sobrepoblación en la zona urbana y una discriminación hacia la zona rural.

En cuanto a otro tipo de servicios, se encuentran aquellos que presta u ofrece la ciudad así como la provincia, en donde se destacan servicios gastronómicos, de hospedaje y turismo en general, a continuación se describen aquellos de mayor relevancia:

Servicios de Turismo

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando Quitus y Caranquis dominaban la región, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad.

De calles adoquinadas y casas coloniales, Ibarra, conocida como la Ciudad Blanca, es una de las ciudades más visitadas en el norte del país. Su casco colonial antiguo presenta construcciones de una sola planta, pintadas de blanco, que rodean a los parques Pedro Moncayo y La Merced, muy ornamentales y bien cuidadas.

En las Universidades Católica y del Norte, así como en la Casa de la Cultura y el Colegio de Arquitectos, es posible visitar exposiciones de arte. También hay museos con muestras arqueológicas, numismáticas, minerales, filatélicas y paleontológicas, entre otras. La urbe cuenta con infraestructura hotelera, bares y restaurantes con comida típica. Alrededor de Ibarra y en toda la provincia de Imbabura, hay bellas hosterías antiguas y modernas, que acogen a los visitantes en los bellos rincones de esta parte del país.

Todos estos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no solo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes, y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable.

➤ Principales atractivos turísticos

Iglesias

La ciudad blanca cuenta con muchas iglesias católicas entre las que destacan:

- La Catedral: ubicada en el centro de la ciudad, es la central de la diócesis, construida después del terremoto de Ibarra, cuenta con varias obras de la escuela de arte de Quito.
- Basílica "La Merced": su altar está cubierto de pan de oro; fue construida inmediatamente después del terremoto.
- Capilla Episcopal: anterior al terremoto de 1868, se encuentra a un lado de la catedral, cuenta con obras de arte de la época colonial.
- San Agustín: resguarda el arte anterior a 1868 e incluso es testigo sobreviviente de la batalla de Ibarra (1823).
- San Antonio: en su interior se refugió Simón Bolívar ante las tropas de Agualongo, está en la ciudad rural de San Antonio de Ibarra, en las afueras del sector urbano.
- Basílica de "La Dolorosa": fue construida sobre las ruinas de "La Compañía", otro templo católico destruido en el terremoto de 1868.
- San Francisco y Santo Domingo: construidos a principio del siglo pasado, su arquitectura tanto interior como exterior, son dignos de admiración.
- Santuario del Señor del Amor de Caranqui, se ubica al sur de la Ciudad de Ibarra a 5 minutos del centro histórico.

➤ **Parques**

Así también la ciudad tiene a su haber hermosos parques y plazoletas muy tradicionales entre los que destacan:

- Parque Pedro Moncayo: es el parque principal de la ciudad, se ubica al frente de la Gobernación y la Municipalidad de Ibarra.
- Plazoleta Francisco Calderón: actualmente es un escenario para eventos importantes de la ciudad, por lo cual lleva el nombre de Plazoleta de la Ibarreñidad.
- Plazoleta Abdón Calderón: se ubica frente a la iglesia de San Agustín, por lo que comúnmente a esta pequeña plazoleta se la conoce con el mismo nombre.

- Parque Víctor Manuel Peñaherrera: está frente a la Basílica de "La Merced". En siglos pasados fue sitio de mercado, plaza de festejos taurinos y de otras distracciones populares y deportes.

➤ Paisajes

Entre los paisajes que adornan la ciudad blanca tenemos:

- Laguna de Yahuarcocha: literalmente significa "lago de sangre" y debe este nombre al hecho de que en sus orillas se tuvo lugar la última batalla de resistencia de los Caranquis contra las tropas incas invasoras.
- Loma de Guayabillas: es una amplia zona verde conocida como el pulmón de Ibarra, también cuenta con un zoológico y las instalaciones necesarias para un paseo familiar.
- El Mirador: aquí se encuentra una estatua de San Miguel Arcángel, patrono de la ciudad.
- Yuracruz: ubicada a espaldas del anterior, esta loma más alta permite observar con más amplitud las bellezas naturales de la ciudad y la provincia.
- Valle del Chota: Este lugar goza de un clima caliente, y también es cuna de los mejores futbolistas ecuatorianos.
- Ambuquí: este sector cuenta con una gran infraestructura turística, que aprovecha el clima cálido de este lugar.
- Caranqui: este sector está lleno de historia, aquí se han encontrado muchas reliquias arqueológicas debido a que se asentaron los pueblos que hicieron férrea resistencia a los Incas.
- San Antonio de Ibarra: es reconocida por sus artesanías y la escultura en madera, haciendo parte de la cultura y tradición de la provincia y el país.
- La Esperanza y Zuleta: Ubicadas a poca distancia de Ibarra, estas población es conocida por la habilidad de sus mujeres para elaborar bordados multicolores muy finos.

➤ **Gastronomía**

En esta provincia, se puede degustar una amplia variedad de platos típicos entre los más destacados tenemos:

Empanadas de Morocho: La masa es de morocho (variedad de maíz) mojado, relleno de carne de cerdo o res, con refrito de cebolla, zanahoria y arvejas, fritas en aceite. (Tradicional Ibarra).

Tortillas de Maíz: Tostadas en tiesto de barro acompañadas con fritada, hornado y aguacate. (Tradicional Ibarra).

El pan de leche y los helados de crema: Dos deliciosos bocadillos que deleitan el paladar de propios y extraños. (Tradicional de Caranqui).

El Hornado: Consiste en un plato de cerdo al calor del carbón de hornos de barro, el cual es acompañado de las tradicionales cosas finas. (Tradicional Otavalo)

Carnes Coloradas: Es carne preparada con achiote. Son sazonadas y secadas al sol, después de una semana se corta en pedazos y luego se las asa. Se acompañan de mote, papas cocinadas, aguacates y salsa de queso. (Otavalo y Cotacachi).

Caldo de Patas: Es una sopa preparada con patas de res, maní, leche, mote y refrito de cebollas y achiote. Tiene un alto poder nutritivo (Valle del Chota).

Chicha del Yamor y de Jora: Bebida de maíz fermentado con panela e hierbas aromáticas. En el caso de la chicha de Jora, lleva sólo maíz amarillo; la chicha del Yamor, en cambio tiene 7 clases de maíz: blanco, amarillo, negro, morocho amarillo, morocho blanco, chulpi y canguil. Hay chicha de arroz y de frutas. (Tradicional Otavalo)

La Tradicional Fritada: La fritada se la sirve con papas y plátano maduro, mote, choclo y tostado. (Tradicional de Atuntaqui).

Cuy Asado: Se los acompaña de mote, tostado, choclo, papas, lo cual deleita los paladares no solo de la gente del lugar sino también de miles de turistas que visitan el pueblo. (Tradicional de Chaltura)

Champus: Es una colada de harina de maíz, con mote y piña acompañados de guaguas de pan. (Tradicional de Otavalo)

Mazamorra con cuy: Plato tradicional que se brinda en fiestas indígenas es la mazamorra con cuy. (Tradicional de Otavalo)

Caldo de gallina criolla: Es un apetitoso plato de caldo de gallina criolla, le lo prepara con carne de gallina de campo, arroz, arveja, zanahoria, sal, comino, cilantro, cebolla, etc. (Tradicional de Urcuqui).

Las humitas y los quimbolitos también son muy tradicionales. (Tradicional Imbabura)

➤ **Repostería**

En este segmento se encuentra la mayor tradición de tipo gastronómico de la ciudad blanca y se destacan los típicos:

Helados de Paila: El secreto de estos famosos y deliciosos helados es que son de puro jugo de fruta y clara de huevo, luego son batidos a mano en paila de bronce sobre hielo, que tradicionalmente provenía de los glaciares de Cayambe y de Cotacachi (en épocas antiguas). Se suelen acompañar de quesadillas y barquillos. (Tradicional de Ibarra).

Arrope de Mora: Dulce o jalea de mora, su elaboración consiste en mezclar el jugo de mora, azúcar y un poco de limón, preparado con muy poco agua. (Tradicional de Ibarra).

Nogadas: Son dulces hechos base nueces de nogal, o tocte, panela las cuales son envueltas en cajas especiales. (Tradicional de Ibarra).

Las tradicionales, “cosas finas”: (suspiros, mojicones, panuchas, rosquetes) elaborados a base de harina de maíz. (Tradicional de Ibarra).

➤ **Comercio.**

Según censo económico del año 2010, la ciudad de Ibarra cuenta con alrededor de 9.485 establecimientos económicos, que generaron 1.700 millones de dólares en ingresos por ventas. Dentro de dichos establecimientos existen 28.731 personas ocupadas, que generan un total de 16.6. Millones dólares en activos fijos.

Las actividades productivas son; la fabricación de muebles y la elaboración de productos de panadería, en actividades de comercio destacan; la venta al por menor de alimentos, producción y

comercialización de artesanías, dentro de ellas artesanías bordadas a mano y tabaco, en servicios son; actividades de restaurantes y servicios móviles de comida y otros como las actividades de telecomunicaciones.

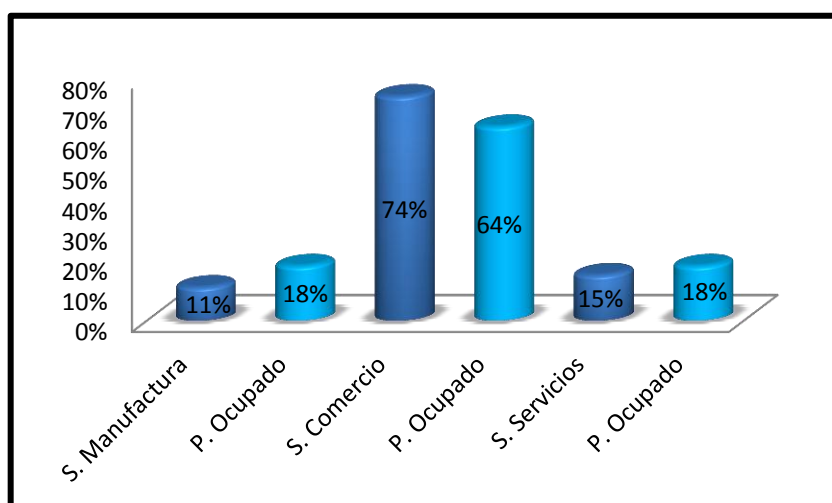
**CUADRO N. 6 Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra -
Período 2011**

Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas (Millones USD)	%	Personal Ocupado	%
Sector manufactura	814	0.11	115	0.07	2657	0.18
Sector comercio	5360	0.74	517	0.30	9538	0.64
Sector servicios	1084	0.15	1063	0.63	2589	0.18
Total	7258	100	1695	100	14784	

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

**GRÁFICO N. 12 Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra -
Período 2011**



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

Como se puede apreciar las principales actividades económicas que se practican en la ciudad de Ibarra así como a nivel de la provincia son la manufactura que abarca un 11% del mercado, así también el comercio

que abarca gran parte del segmento con una participación del 74%, mientras que en el área de servicios tenemos una participación del 15%, actividades que se proyectan a ser pioneras en la ciudad destacando las actividades de manufactura que son mayoritariamente cantonales a consolidarse en el mercado nacional e internacional en un futuro no muy distante.

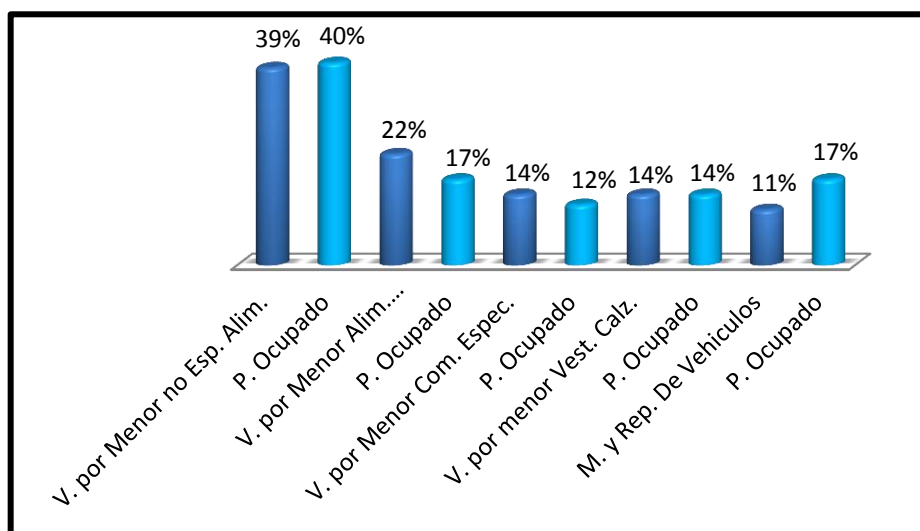
**CUADRO N. 7 Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra -
Período 2011**

Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas	%	Personal Ocupado	%
Venta al por menor no especializada en alimentos, bebidas y tabaco.	1308	0.39	73408982	0.57	1964	0.40
Venta al por menor de alimentos, y tabaco en puestos y mercados.	723	0.22	16073546	0.12	866	0.17
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	461	0.14	11506745	0.09	589	0.12
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454	0.14	17701859	0.14	700	0.14
Mantenimiento y reparación de vehículos automotrices.	359	0.11	10370317	0.08	829	0.17
Total	3305	100	129061449	100	4948	100

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

**GRÁFICO N. 13 Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra -
Período 2011**



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Los Autores

Analizando los datos de principales actividades de comercio informal que se presentan en la ciudad de Ibarra, cabe señalar que este amplio sector involucra directa e indirectamente a varios sectores productivos. Este sector económico y de comercio genero alrededor de 130 millones de dólares el año pasado y mantuvo en ocupación plena a 4.948 personas, lo cual sugiere que, los ingresos generados fueron distribuidos en varios sectores económicos y sociales de la ciudad y porque no de la provincia.

En conclusión el comercio es la actividad que genera el mayor movimiento económico en la ciudad de Ibarra, pues no solo se piensa en esta urbe como un destino turístico, sino también como un destino comercial, a lo que se suma el empleo que genera la actividad. A pesar de todo ello cabe destacar que una de las principales debilidades que debe superar la actividad comercial es la dificultad para captar créditos para el sector comercial, por parte de las entidades financieras, lo cual se refleja en las fuertes imposiciones que se generan en créditos de carácter micro-empresarial.

Con la finalidad de recabar mayor información del sector productivo y comercial de camisas bordadas en la ciudad de Ibarra, se entrevistó a personas vinculadas de manera directa con esta actividad.

Gustos y preferencias por las camisas bordadas. (Entrevista a Expertos)

¿Qué tipo de necesidades satisface las camisas bordadas?

Las camisas es un producto que satisface una necesidad básica del ser humano que es el vestido, pero adicionalmente permite que la persona satisfaga otro tipo de necesidades como, el identificarse con una cultura, con sus líderes, con sus ideologías, con tendencias sociales, culturales o políticas, que es lo que al momento sucede en el país y el uso de camisas bordadas por parte del presidente de la República, quien en sus prendas de vestir ha incorporado el uso de camisas bordadas.

El turista busca satisfacer otra necesidad relacionada con su visita a la ciudad, a la provincia y al País, por lo que requiere de un recuerdo o souvenir de su estadía, a más de satisfacer su vanidad de vestir una verdadera obra de arte, no se descarta la oportunidad de llevar a su país de origen prendas que tienen gran aceptación comercial.

¿Considera usted, que la producción y comercialización de camisas bordadas a mano en la ciudad satisface la demanda existente?

La producción y comercialización de camisas bordadas en la ciudad de Ibarra se la realiza principalmente en la parroquia la Esperanza, comunidad de Zuleta, son las mujeres indígenas de esta zona las que cumplen con esta actividad productiva y comercial, lo cual hace que el producto adquiera cierta condición de exclusividad por su calidad y precio, un elemento que no contribuye a ampliar el mercado existente, es la distancia entre la comunidad de Zuleta y el centro de la ciudad, por lo que quienes adquieren el producto son quienes visitan de manera exclusiva esta

comunidad, considero que la demanda existente aumentaría de existir un punto de venta en el centro de la ciudad.

¿Qué condiciones de servicio debe reunir una empresa de producción y comercialización de camisas bordadas a mano para satisfacer las necesidades de los clientes?

Existen dos segmentos de mercado claramente diferenciados:

Un segmento de mercado local, regional o nacional que busca identificarse con sus líderes, busca un producto similar al de su líder pero con precios bajos.

Un segmento de mercado que responde a los turistas que visitan el país y la ciudad, que no escatiman el precio de la prenda, pues saben que la prenda es altamente valorada en su país por ser verdaderas obras de arte, buscan calidad y exclusividad.

¿Quiénes gustan de este tipo de camisas?

Adultos Jóvenes de más de 25 años de edad que buscan identificarse con nuevas tendencias políticas, económicas y sociales en su mayoría pertenecen a la clase media.

Turistas internacionales que valoran los productos artesanales, su diseño y calidad.

¿Que buscan expresar y cuál es su significado?

La gran mayoría de las personas atraídas por este tipo de prendas buscan identificarse con una tendencia, buscan imitar y promover sus ideales, e identificarse con una cultura y sus valores.

En el segmento de turistas buscan apoyar a productores de este tipo de artesanías y permitir que puedan seguir haciéndolo por medio del pago de un precio justo.

Expresar lo que sentimos, lo que pensamos, lo que nos gusta o desagrada y hasta lo que somos, es una necesidad.

¿Cuál es el género y edad promedio de sus clientes?

La mayoría de clientes son personas adultas, cuya edad supera los 25 años de edad, mayormente son de género masculino, por lo general son de clase media.

¿Qué precio tiene una camisa?

El precio puede variar dependiendo de la talla, diseño y calidad del bordado, en todo caso su precio está alrededor de los \$20 dólares.

¿Es importante la ubicación de los locales de producción y comercialización de camisas bordadas?

Es importante pero no determinante, más importante para el cliente es el tipo de trabajo que se realiza el artesano, la calidad del bordado y su diseño.

¿Cuántas veces al año compra una persona una camisa bordada?

Los clientes acuden todas las semanas a adquirir diferentes prendas bordadas pero no siempre son los mismos clientes son personas distintas, sin embargo se puede afirmar que hay personas que adquieren camisas bordadas a mano, al menos una vez al mes.

Cabe señalar que existen también personas que realizan adquisiciones de varios productos artesanales, con la finalidad de comercializarlos en mercados nacionales e internacionales, en este caso los volúmenes de venta son mucho mayores.

1.7. Matriz AOOR.

CUADRO N. 8 Matriz AOOR

Aliados	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia y conocimiento en la producción y comercialización de camisas bordadas a mano. ➤ Capacidad para generar diseños exclusivos. ➤ Trabajo de alta calidad. ➤ Predisposición de bordadoras para conformar la microempresa. ➤ Líderes que impulsan el uso de productos artesanales. ➤ Alta calidad de materiales utilizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Criterio social sobre productos artesanales. ➤ Demanda creciente y sostenida por el gusto de productos artesanales. ➤ No existe locales comerciales en la ciudad, de productos artesanales bordados. ➤ Gustos y preferencias de clientes sobre productos artesanales con productos naturales. ➤ Ibarra es una ciudad turística.
Oponentes	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tiempo de espera para la entrega de diseños personalizados. ➤ Limitada capacidad financiera. ➤ Falta de cultura asociativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia artesanal otavaleña. ➤ Competencia desleal. ➤ Díficil acceso a fuentes de financiamiento.

Fuente: Diagnostico

Elaborado por: Los Autores

El diagnóstico situacional permite identificar cada uno de los elementos que incide en el proyecto, por lo que se requiere formular una propuesta que considere cada uno de estos elementos, que permita satisfacer gustos y preferencias de los potenciales consumidores y contar con un servicios acorde a sus necesidades, pues de ello depende el éxito del negocio.

Oportunidad de Inversión

Concluido el diagnostico, se puede afirmar que existen condiciones que brindan potenciales oportunidades que se busca aprovechar, entre ellas: demanda de turistas nacionales e internacionales de productos artesanales bordados, de manera particular de camisas bordadas a mano, falta de locales de producción y comercialización de productos bordados en la ciudad de Ibarra, así también se cuenta con importantes aliados para la ejecución y desarrollo del proyecto que nos brindan una importante ventaja competitiva; por lo que habiendo detectado esta oportunidad, se propone aprovecharla, para lo cual se propone realizar la siguiente investigación:

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico proporciona información relacionada con el tema motivo de la investigación, constituyéndose en un marco referencial que aporta al desarrollo del proyecto, se han consultado fuentes bibliográficas de diferentes autores a las que se suma interpretaciones y opiniones de los investigadores.

1.1. Antecedentes del trabajo artesanal

Las sociedades europeas feudales dieron lugar a la existencia del artesano clásico, toda una capa social de especialistas en diferentes oficios producían por encargo de los clientes tanto los objetos cotidianos como los de lujo que la sociedad de esa época requería. El aprendizaje del oficio estaba sujeto a rígidas normas y los especialistas debían ser primero aprendiz, luego oficial hasta llegar a ser maestro, que era el grado más alto entre los artesanos. En los talleres, los instrumentos de trabajo pertenecían al maestro del oficio quien dominaba todo lo relativo a su especialidad y enseñaba a los alumnos; aceptaba los encargos de los consumidores, repartía el trabajo y cobraba por el trabajo terminado y también por enseñar.

Características de la Producción Artesanal

Una característica de la producción artesanal era que se realizaba en forma manual y el uso de instrumentos de trabajo servían para ayudar al productor; ninguna herramienta sustituye a la mano del hombre. La técnica artesanal para producir se crea en conjunto con la materia prima y las herramientas, la técnica para producir es esencialmente individual y se adquiere por aprendizaje y hábito.

Cambio de la Organización Artesanal

El cambio de la organización artesanal del trabajo a la organización industrial capitalista, tuvo dos consecuencias para la producción artesanal; primero, se dejaron de producir objetos que ya no eran necesarios en la sociedad moderna y, segundo, otros dejaron de producirse porque los artesanos no pudieron competir con los productos industriales; Sin embargo, la producción artesanal ha subsistido por varias razones: porque la fábrica no puede producir objetos que desempeñan un papel simbólico con las costumbres y rituales del pueblo; porque los artesanos producen más barato algunos artículos; porque hay artesanías que no pueden ser hechas en fábrica y también porque para un sector de la población, las artesanías son preferidas por el trabajo manual que llevan incorporado.

Forma de Producción

Para elaborar productos artesanales, los artesanos y sus ayudantes se organizan de diferentes maneras para realizar el trabajo, una de ellas es la forma familiar de producción. La encontramos funcionando sobre todo en las áreas rurales y muchas veces en forma paralela a la producción agrícola, el ingreso derivado de la producción artesanal es muchas veces superior al ingreso agrícola, sobre todo en los lugares donde las parcelas son pequeñas o de mala calidad. El oficio es transmitido dentro de la familia, el producto es elaborado en su totalidad por la unidad familiar, las herramientas usadas son sencillas y también elaboradas por la familia.

El trabajo se hace en la casa de la familia sin horarios rígidos, la unidad familiar es la preferida por los comerciantes que, para juntar mercancía, reparten la materia prima en muchas unidades domésticas que elaboran prendas de vestir artesanales.

El Taller

El taller individual se lo encuentra en los pueblos como en las ciudades y es el que más se parece al que existió en la época medieval. El productor

es un artesano, maestro del oficio, que conoce todo el proceso de trabajo aunque a veces lo ayude un aprendiz. La cantidad de productos que pueden hacer depende de la habilidad del artesano y de su ritmo de trabajo. Los talleres de los maestros artesanos producen generalmente por encargo del consumidor final, no está ausente la figura del intermediario quien manda a hacer productos para revenderlos.

Taller con Obreros

Esta forma de producción, organiza el trabajo añadiendo más brazos a la producción del taller, en forma estable o temporal, también modernizando equipos y herramientas. El proceso de trabajo lo dirige el dueño del taller quien es, a la vez, el maestro de oficio, ya que además de su trabajo propio, reparte a sus ayudantes que ganan por jornal o a destajo. Esta organización necesita de mayor inversión, tanto para comprar más instrumentos de trabajo como para pagar salarios. Aunque en estos talleres trabajan varios artesanos a la vez, el trabajo no está dividido, lo que quiere decir que cada artesano puede y sabe hacer el trabajo en su totalidad. Los talleres de bordado, son ejemplo de este tipo de organización del trabajo.

Cadena de Producción

La cadena de producción agrupa a un conjunto de actividades que permiten la producción de camisas, desde el patronaje, corte, trazo y confección hasta publicidad, mercadeo, empaque y distribución del producto. Las actividades son:

- a. Gestión del Diseño.-** El diseño está apoyado en sistemas de información cuyo objeto principal es definir las necesidades del cliente y las tendencias del mercado.
- b. Diseño y Desarrollo del Producto.-** Se elaboran muestras patrones y se evalúa la apariencia y el montaje de dichas muestras.
- c. Adquisición de Materia Prima.-** Parte de los requerimientos de materiales e insumos para la fabricación del producto final, apoyándose

en programas de planeación de recursos y actividades y en las bases de datos de los proveedores.

d. Planeación de la Producción.- Proceso en el cual se asigna funciones y responsabilidades durante la etapa productiva, apoyándose en los procesos de diseño, costos y pedidos.

e. Producción.- Proceso medular es apoyado fuertemente en tecnología y maquinaria. La mayor parte del personal es operativo y en menor proporción se encuentra personal técnico. El material se corta según la forma y tamaño deseados, utilizando con frecuencia un patrón superpuesto, después se cose a mano o a máquina.

f. Despacho y Distribución.- Se distribuye el producto a los puntos de venta y a los clientes manejando inventarios.

g. Comercialización.- Diseño de estrategias y actividades publicitarias para la promoción y organización de los puntos de venta. Se apoya en el control de ventas y mercadeo a los clientes.

2.2. La empresa

ZAPATA, Pedro; (2002), Pág. 13. Afirma: “Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”.

El autor afirma que toda empresa busca combinar los factores de la producción para ofrecer un bien y/o servicio a la colectividad para obtener un beneficio en común, que es la satisfacción de necesidades de los clientes y el éxito y buen nombre de la empresa en de la sociedad.

2.2.1. Importancia

La empresa es de gran importancia para el País debido a que contribuye a su crecimiento y desarrollo.

Además contribuye en el incremento del producto interno bruto siendo por tanto una actividad de gran importancia para el desarrollo del país.

2.2.2. Clasificación

Las empresas se pueden clasificar:

Por su naturaleza

- a) Empresas de Servicios son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.
- b) Empresas Comerciales son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.
- c) Empresas Industriales son aquellas que se dedican a la transformación de la materia prima en un producto terminado.

2.2.3. Por su tamaño

- a) Grande su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su números de trabajadores excede a 100 personas.
- b) Mediana su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, números de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- c) Pequeñas se dividen a su vez en:
 - Pequeña su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
 - Micro su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

2.2.4. Por el sector al que pertenecen

- a) Empresas Públicas son aquellas cuyo capital pertenece al sector público o al Estado.
- b) Empresa Privadas son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado, sean estas personas naturales o jurídicas.

c) Empresas de Economía Mixta el capital proviene del sector público como del sector privado.

2.3. La microempresa

TORRES, Rodríguez; (1995), Pág. 16. Afirma: “Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los 20.000 USD y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.”

Los pequeños negocios son el motor principal del desarrollo económico, contribuyen al aumento de ingresos personales, optimizando la calidad de vida de su gente y la reducción de la pobreza en la mayor parte del mundo en desarrollo.

La microempresa por lo general está conformada por personas de escasos ingresos.

Posee de 1 a 10 integrantes aproximadamente, su capital fijo descontado edificios y terrenos es suministrado por su propietario quien debe reunir cualidades emprendedoras que le permitan subsistir y crecer.

Estas microempresas han sido el resultado de esfuerzo y dedicación de emprendedores, que al encontrarse sin empleo han desarrollado oportunidades que les ha permitido generar sus propios ingresos y utilizar habilidades y destrezas del recurso humano con que se cuenta.

2.3.1. Características

- a) Un considerable número de microempresas se han mantenido en el mismo lugar donde comenzaron.
- b) La microempresa no cuenta con el apoyo significativo de recursos privados, por este motivo tienen que autofinanciarse.

- c) La microempresa se encuentra constituida por la aportación de capital de un solo socio, que viene a ser el propietario.
- d) Requiere mayor asistencia administrativa, ya que se presentan un mayor número de dificultades al momento de administrar el negocio.
- e) No cuenta con un número mayor de empleados, no supera los quince, que realizan labores administrativas y operativas.
- f) El gerente de la microempresa por lo general es el mismo dueño, en el que se concentra el control y la dirección de la misma.
- g) Tienen un número limitado de clientes.
- h) Predomina la técnica inicial, rara vez se realizan estudios de diseño y calidad.

Una empresa es considerada mediana si cumple con dos o más de las siguientes características:

- a) Administración independiente, por lo general los gerentes también son propietarios.
- b) Capital suministrado por propietarios.
- c) Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial.
- d) Fundamentalmente área local de operaciones que actúa.
- e) En las ventas, se relaciona directamente el cliente con la empresa.
- f) El consumidor se convierte en cliente permanente si obtiene calidad y confiabilidad del bien o servicio.

2.3.2. Clasificación

La Cámara Nacional de Microempresas clasifica a las microempresas por su razón de ser en:

De servicios.- Esta dirigida a prestar servicios al cliente, generalmente es brindado por el propietario del negocio. Este tipo de microempresas venden servicios en lugar de productos como por ejemplo hospitales sean públicos o privados; con o sin fines de lucro, atención a menores, entre otros.

De producción.- Este sector se encarga de procesar los productos que van ser ofrecidos a sus clientes, en el cantón Antonio Ante de nuestra provincia existen numerosos ejemplos de este tipo de microempresa. Son las microempresas que transforman materia prima en productos semi elaborados o productos terminados.

De comercio.- Su finalidad es el intercambio de un bien ya elaborado por una cantidad de dinero, hasta llegar al consumidor final. Son aquellas que venden productos elaborados por otras empresas ejemplo de ello las comercializadoras de vehículo o los supermercados.

2.3.3. Ventajas de las microempresas

De acuerdo a varios artículos referentes a la microempresa se puede mencionar las siguientes ventajas predominantes:

- a) Las decisiones se toman de una forma rápida y oportuna.
- b) Todas tienen un sentido agudo de mercado y pueden obtener de forma rápida información para adaptarse a los requerimientos del mismo mercado y del cliente.
- c) Su principal ventaja es su autonomía, la producción o servicio a pequeña escala y su flexibilidad en la operación.
- d) La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa.
- e) Relaciones directas entre (dueño-trabajadores cliente). □ Crea empleos de inmediato a bajo costo.

2.3.4. Desventajas de las microempresas

- a) La falta de crecimiento hacia otros mercados, debido a la dificultad de acceder a créditos disponibles y al escaso conocimiento sobre la toma de decisiones, lo cual conlleva a problemas de carácter financiero.
- b) Existen problemas de gestión por que no existe una planificación del trabajo, que se refleja en la falta de un plan de trabajo, falta de horarios, problemas en el manejo y distribución del dinero, no

cuentan con sistemas de registros contables y falta de manejo de las leyes laborales.

- c) Otra desventaja constituye la comercialización por la dificultad de comprar materia prima para la producción, no hay la facilidad para acceder a los mercados más rentables, dificultades para obtener permisos de venta y desconfianza en la calidad de sus productos por parte del público.
- d) Problema en las condiciones de trabajo, Escasa o nula cobertura de seguridad social e inestabilidad del empleo, especialmente en períodos de crisis de la microempresa.
- e) Problema a nivel tecnológico, Técnicas de producción simples y artesanales, y falta de capital para mejorar la tecnología productiva apropiada.
- f) No tener un control adecuado sobre sus gastos.

2.4. Marco legal para el establecimiento de la microempresa

Para la constitución de una microempresa en nuestro medio necesariamente deben cumplir con algunos requisitos para su funcionamiento, entre ellos se enuncia a los siguientes:

- a) Registro en la Cámara de la Producción del Cantón.
- b) Registro y pago de la Patente municipal (Municipio de Ibarra).
- c) Permiso sanitario.
- d) Sacar el Registro Único del Contribuyente (RUC).
- e) Nombre de la Microempresa o Razón Social.

2.5. Estructura administrativa de la microempresa

KOONTZ Harold y WEIHRICH Heinz, 2004 “Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa y la relación que guardan entre si sus unidades internas”. (Pág. 96)

La estructura administrativa hace uso de diferentes herramientas como organigramas, manuales de funciones para lograr una mejor organización de las empresas.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman las decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para que funcione eficientemente la organización.

Administración

La administración de una microempresa debe ir encaminada hacia los departamentos considerados básicos para el buen desempeño de la misma, estos son:

Departamento financiero

Encargado de velar por los recursos económicos, mismo que se encarga de recopilar, analizar, verificar y procesar la información emitida de las operaciones y poder obtener los Estados Financieros que permitirán tomar decisiones oportunas en beneficio de la microempresa.

Departamento de producción

Es el encargado de la elaboración de los productos destinados al consumidor final, para lo cual requiere recurso humano, materia prima, maquinaria y equipo, herramienta, mantenimiento, tecnología entre otros. Por lo tanto este departamento es considerado el eje principal para la microempresa.

Departamento de ventas y comercialización

Es el encargado de determinar los más adecuados canales de comercialización para distribuir el producto. Es decir buscar los medios publicitarios idóneos que permitan dar a conocer al cliente la existencia de la microempresa, y relacionarlo con el consumidor final.

2.6. Organigramas

CHIAVENATO Idalberto, 2004 “El organigrama indica dentro de la empresa, donde se realiza una determinada función y por quien” (Pág. 107)

Un Organigrama es una representación gráfica de una organización. Por lo general los diversos niveles administrativos o departamentos conforman los elementos de un organigrama. Los organigramas pueden ser

- a) Verticales
- b) Horizontales
- c) Circulares, y
- d) Escalares

Cabe señalar que no se requiere de un organigrama muy especializado debido a que las microempresas generalmente no poseen más de 10 empleados.

2.7. Manual de funciones

DIAZ M. Jorge “Los manuales de organización son elementos básicos de referencia y de auxilio en la empresa para obtener el control deseado de los esfuerzos del personal”. (Pág. 245).

Para los autores los manuales de funciones constituyen una herramienta de información, en la que todos los cargos de la empresa encontrarán una descripción clara de las actividades a desarrollar en la organización.

Los manuales de organización permiten desarrollar con mayor eficiencia las funciones de cada unidad administrativa.

El contenido de los manuales dependerá directamente de los siguientes aspectos:

- a) Tamaño de la empresa.
- b) Asunto a tratar.

El Manual de Organización contiene dos partes:

- a) Una parte general que describe una breve reseña histórica de la empresa sus objetivos, políticas y la forma como el personal participará para el logro de las metas de la organización.

- b) Una parte esencial que describe a las unidades administrativas y dentro de ellas a los puestos de trabajo.

2.8. Flujograma

Es una representación gráfica de la secuencia de pasos y actividades de un proceso que permitirán de una manera ágil visualizar y entender el desarrollo operativo en la microempresa.

Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas.

Actividades principales en la zona

Dentro de la provincia de Imbabura se desarrollan varias actividades industriales como la manufacturera, gastronómica, etc. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias.

Las principales ramas manufactureras son: textil mediante producción de chales, ponchos, sacos tejidos, prendas bordadas, entre otros, los cuales son comercializados en las ciudades de Atuntaqui y Otavalo.

Los atractivos gastronómicos de la ciudad de Ibarra son los helados de paila, las fritadas, las nogadas, actividades que reclutan a varias personas que necesitan realizar actividades comerciales con el fin de mejorar su calidad de vida.

2.9. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según Varela, (2004) “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si

el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Es importantísimo que un proyecto sea evaluado para determinar su factibilidad o sea, para saber si el proyecto es viable o no ya que de eso depende que el proyecto sea atractivo para los inversionistas.

2.10. ESTUDIO DE MERCADOS

Para Kotler, Bloom y Hayes, (2006) el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

De la cita anteriormente descrita puede resumirse diciendo que el estudio de mercado es la función empresarial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, la oferta de bienes y/o servicios, los precios a los cuales se venden los mismos en un espacio y un tiempo determinado.

Producto

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 49. Afirma: "El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción".

Se puede concluir que el producto es el resultado de la combinación de todos y cada uno de los factores de producción para satisfacer las necesidades de la colectividad.

Mercado Meta

LEMMAN, R.; (1999), Pág. 55. Expresa: “Es la parte del mercado hacia la que conviene dirigir la atención, tomando en cuenta tanto su atractivo como la capacidad de la empresa para servir con ventaja a esa parte”.

Según el concepto de este autor el mercado meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un producto de una empresa, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

Segmento de Mercado

LEMMAN, R.; (1999), Pág. 54. Dice: “Como el mercado no es homogéneo, un trabajo clave consiste en identificar los sub-mercados o segmentos de que se compone”.

De acuerdo al concepto citado se puede establecer que segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

Oferta

JÁCOME, Walter; (2005), Pág. 76. Afirma: “La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”.

De acuerdo al concepto citado la oferta es la actitud o conducta seguida por el oferente de los bienes o servicios que van a ser vendidos en el

mercado, de acuerdo a los diferentes precios, limitado por la capacidad de producción y abastecimiento en un período determinado

Demanda

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 51. Afirma: “Demanda es la expresión de la forma en la cual la comunidad desea sus recursos. Con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

De acuerdo a lo citado la demanda está conformada por todos los individuos que tienen la necesidad de adquirir un bien o servicio en determinado tiempo.

Precio

BACA URBINA, Gabriel; (2001), Pág. 122. Dice: “El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

De acuerdo a lo citado anteriormente se puede concluir que el precio es la cantidad monetaria que se les otorga a los bienes o servicios que están siendo ofertados.

Comercialización

GRUPO EDITORIAL OCEANO; (2002), Pág. 95. Afirman lo siguiente: “Es la actividad que acelera el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, transporte y almacenamiento de bienes y servicios”.

De acuerdo a lo citado se dice que la comercialización es la acción que permite hacer llegar el producto o servicio del productor al consumidor.

Promoción y Publicidad

PHILIP, Gary; (1998), Pág. 126. Establece: “Promoción.- Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor”. “Publicidad.- Esta dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz”.

De lo anteriormente expuesto se dice que la publicidad es un medio para dar a conocer los productos o servicios de una manera muy eficaz para ayudar a las empresas a tener mejores ventas y ser reconocidas a nivel local, nacional e internacional dependiendo del medio que utilicen.

2.11. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

Localización del Proyecto

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

Macro localización

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

Micro localización

La microlocalización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.12. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

Procesos

El proceso productivo es una combinación y acumulación ordenada y dinámica de todos y cada uno de los recursos de que dispone la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, controlados, registrados y contabilizados adecuada y convenientemente para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades.

Flujograma de Procesos

El flujograma de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea.

Tecnología

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio.

Maquinaria y Equipo

Constituyen un conjunto de máquinas y equipos indispensables con el único fin de intervenir directa o indirectamente en la transformación de un producto o de un servicio.

Obras Civiles

Las obras civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con indicación de los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

2.13. Presupuesto Técnico

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

Inversiones Fijas

ARBOLEDA, Germán; (2001), Pág. 38. Afirma: “Son los activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.”

Se puede concluir que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos por destinar al capital permanente o fijo.

Inversiones Diferidas

BACA URBINA, Gabriel; (2001), Pág. 206. Dice: “Dentro de las Inversiones Diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa que los debe realizar un abogado además de los trámites para obtener el registro sanitario; en este rubro también se incluye los gastos del estudio”.

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios, entre otros.

2.14. Capital de Trabajo

MARTINEZ, Patricio; (1999), Pág. 22. Afirma: “Activos corrientes menos pasivos corrientes. Una medida de la capacidad de pago de las deudas en el corto plazo”.

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

2.15. Estudio Financiero

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados períodos de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad.

Ingresos

BRAVO, Mercedes; (2003), Pág. 65. Afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”.

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

Egresos

HARGADON, Bernard; (1993), Pág. 40. Afirma: “Egresos o Gastos son los desembolsos (disminuciones de activos) que la empresa debe hacer para ayudar a crear la renta”.

Como lo menciona el autor un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

Materia Prima

La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar, por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma, y dentro del proceso productivo sufren una transformación, cambian de forma.

Mano de Obra

La mano de obra es la prestación de un servicio o la ejecución de una obra realizada por una persona natural o jurídica y que incide directa o indirectamente en el costo de producción de un bien final o intermedio.

Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, agua, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

2.16. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los pagos que no tienen relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración o generales.

Gastos de Ventas

Los gastos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

Balance General

Es una fotografía instantánea de las operaciones de un negocio, que muestra los beneficios que corresponden a las distintas clases de propietarios en el valor del activo neto o líquido, conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Situación o simplemente Estado, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es una forma resumida de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio. Relación de todos los

ingresos, costos, gastos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida.

Flujo de Caja

El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico.

2.17. Evaluación Financiera

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el factor capital al comportamiento de un proyecto específico, la misma que tiene como objetivo, calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realiza en la implementación de la unidad económica de producción; para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

Valor Actual Neto (VAN)

ROSS, WESTERFIEL, JORDAN; (1991), Pág. 267. Afirman: “Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en un periodo”.

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

BREALEY; (1989), Pág. 226. Afirma: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. En otras palabras la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para

que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital”.

Se puede concluir que la tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

Costo/Beneficio

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

Periodo de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo (punto de corte).

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni ganar, planeamiento de resultados, fijación de precios, de niveles de costos fijos y variables, entre otros.

2.18. Estructura Organizacional

La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

Misión

La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, la misión en cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante ¿Para qué existe la institución u organización?, es decir en la medida de definir la misión debemos tácitamente considerar la razón de ser de la empresa.

Visión

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado.

Organización Estructural

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

Organigrama Estructural

El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

Orgánico Funcional

El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesario para cumplir con las atribuciones de la organización.

2.19. Impactos

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

Impacto Social

Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, y, específicamente, en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.

Impacto Económico

El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.

Impacto Educativo y Empresarial

El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

Impacto Ambiental

Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado busca identificar el mercado para la venta de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra, estimando el número de potenciales clientes, el nivel de aceptación y compra que tendrá el producto cumpliendo ciertas características requeridas por el mercado, estimar la oferta, precios, canales de comercialización y competencia.

El estudio de mercado en un proyecto permite observar el grado de aceptación o no del producto que se pretende ofertar, conocer las preferencias del mercado al cual se intenta llegar con las camisas bordadas a mano, lo cual ayudará a mejorar las condiciones del producto que se va a ofertar y por ende mejorar su demanda; finalmente el estudio de mercado permite recabar información referente al precio y la competencia.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

Determinar la existencia de un mercado para las camisas bordadas a mano, busca estimar racionalmente el número de potenciales consumidores que tendría con ciertas características, a determinados precios y en un determinado período de tiempo.

3.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Establecer la oferta actual y proyectada de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Determinar la demanda actual y proyectada de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Fijar el precio de las camisas bordadas a mano y su aceptación en el mercado local.
- ✓ Formular estrategias de comercialización para el mercado de camisas bordadas artesanalmente en la ciudad de Ibarra.

3.2.3. Variables del Diagnostico

Oferta

Demanda

Precio

Comercialización

3.2.4. Indicadores

Demanda

Oferta

Precio

Producción

Comercialización

3.3. Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores.

CUADRO N. 9 Matriz de relación de Objetivos, Variables e Indicadores

Objetivo	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnicas
Establecer la oferta actual y proyectada de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Canal Comercialización • Promoción • Oferentes 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Observación directa
Determinar la demanda actual y proyectada de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Canal de Comercialización • Demandantes 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Investigación documentada
Fijar el precio de las camisas bordadas a mano y su aceptación en el mercado local.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de mercado • Costos • Margen de utilidad 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación directa
Formular estrategias de comercialización para el mercado de camisas bordadas a mano en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de comercialización. 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuesta • Observación directa

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

3.4. Segmentación de Mercado y Mercado Meta

Segmentar el mercado nos permite identificar de mejor forma el mercado objetivo y optimizar los recursos de la organización en la consecución de los objetivos propuestos.

CUADRO N. 10 Segmentación de Mercado

VARIABLES	
Aspecto Geográfico	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Tamaño de la ciudad	Mediana
Sector	Urbano
Aspecto Demográfico	
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	Adultos mayores a 30 años
Aspecto Socio – Económico	
Clase Social	Media, Media Alta.
Ocupación	Empleados públicos, privados, jubilados.
Educación	Media y Superior

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

Mercado Meta

A manera de síntesis se podría señalar que las camisas bordadas a mano se dirigen principalmente a un segmento de mercado conformado por personas que gustan de lo natural, lo artesanal, turistas locales e internacionales, de género masculino, en edad adulta de los 35 años de edad en adelante, que pueden ser empleados públicos o privados, personas que trabajan por cuenta propia, con un nivel de formación medio o superior, de clase media y media alta.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población a Investigar

A efectos de establecer la oferta y demanda del mercado de camisas bordadas a mano, se considerará dos poblaciones distintas, la primera corresponde a los oferentes de camisas bordadas a mano, que en el presente caso son 20 productoras ubicadas en la ciudad de Ibarra, debido a lo pequeño de su población se ha realizado un censo. La segunda población motivo de estudio se encuentra conformada por turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad y de manera particular el sector de Zuleta. De acuerdo con información recabada en la Dirección Provincial de Turismo, se podría afirmar que 6250 turistas promedio visitan el sector en mención; considerando la magnitud de la población se investigará una muestra representativa de la población.

3.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

A efectos de determinar el tamaño de la muestra, se ha aplicado la formula estadística correspondiente:

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la Población

Z = Nivel de la confianza

E = Margen de error

δ = Varianza

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara el 5% de error.

N = 6.250

Z =1.96

E = 5%

δ = 0.25

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \delta}{E^2(N-1) + Z^2 \times \delta}$$

$$n = \frac{6.250 \times 1.96^2 \times 0.25}{(0.05^2)(6.250 - 1) + (1.96^2)(0.25)}$$

$$n = \frac{30.998}{82}$$

$$n = 362$$

3.7. RESULTADOS DE ENTREVISTA A PRODUCTORAS DE CAMISAS BORDADAS.

En la ciudad de Ibarra, específicamente en el sector de Zuleta, una gran parte de sus habitantes pertenecientes al género femenino comparten su tiempo entre el bordado y las labores del campo, no obstante se podría que las personas dedicadas al bordado de camisas especializadas en ello son 30, a quienes se entrevistó, con los resultados que se detallan a continuación.

Experiencia en el bordado

El bordado es una actividad en la que participan la mayoría de mujeres de la zona, comparten su tiempo entre el bordado y las labores del campo; sin embargo las personas que tienen esta actividad como su principal fuente de trabajo e ingresos son 30.

Trabajos de bordado que realizan

Realizan una amplia gama de trabajos de bordado, entre ellos manteles, servilletas, pañuelos, blusas, camisas y más.

Tipo de materiales que utilizan

Los materiales que utilizan son principalmente telas de algodón, de hilo y

de seda, adicionalmente utilizan hilos de diferentes colores y botones.

Cuántos artículos elabora mensualmente

La cantidad de artículos elaborados depende del tipo de producto, tamaño y diseño del bordado.

Qué precio tiene cada artículo

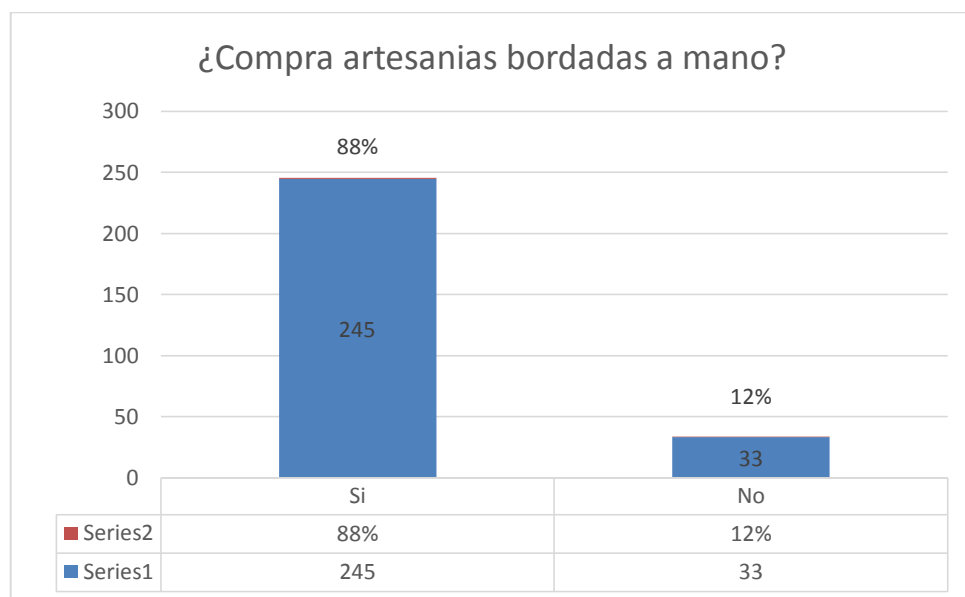
El precio de cada artículo depende también de su tamaño y diseño, no obstante un precio referencial puede fluctuar entre 15 y 25 dólares.

3.8. Resultados de las encuestas aplicadas a potenciales consumidores, turistas nacionales e internacionales.

Conviene señalar que para aplicar estos instrumentos de investigación, se procedió a encuestar aleatoriamente a turistas nacionales y extranjeros que acuden a Zuleta con la finalidad de adquirir productos artesanales bordados a mano, el resultado de la encuesta se puede observar a continuación:

¿Compra usted artesanías bordadas a mano?

GRÁFICO N. 14 Compra artesanías bordadas a mano



Fuente: Estudio de Mercado

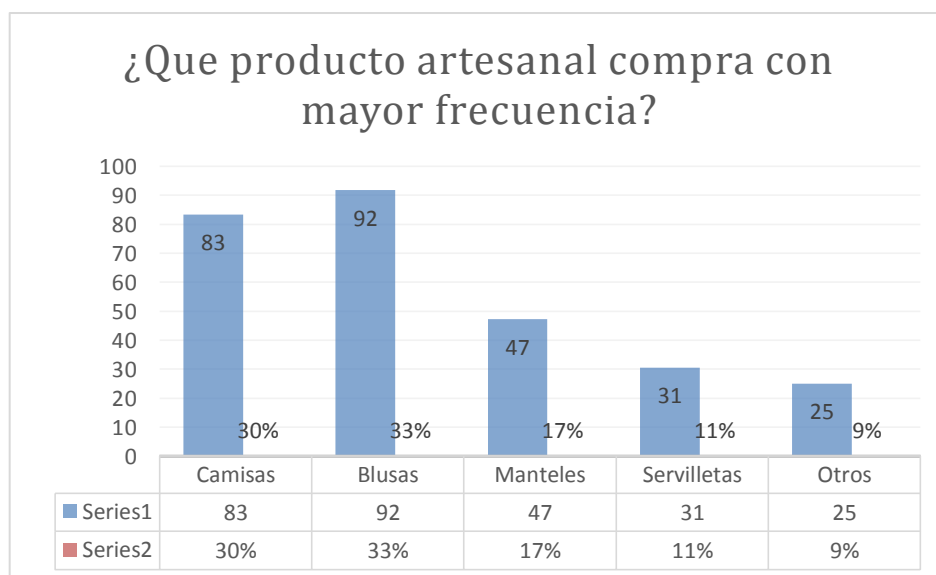
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

La mayoría de personas que visitan Ibarra-Zuleta adquieren productos artesanales elaborados a mano, señalan que las artesanías son de muy buena calidad y compran como recuerdo de su visita a la ciudad, para obsequiar a familiares y amigos.

¿Qué producto artesanal compra con mayor frecuencia?

GRÁFICO N. 15 Producto artesanal que compra con mayor frecuencia



Fuente: Estudio de Mercado

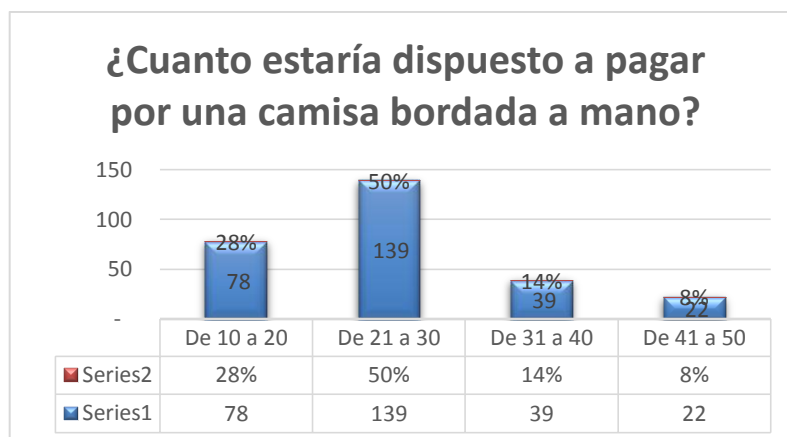
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

El producto artesanal bordado de mayor demanda son las blusas y camisas con un 33% y 30% respectivamente, en forma acumulada representa el 63%, el porcentaje restante se distribuye entre manteles, servilletas y otros.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa bordada a mano?

GRÁFICO N. 16 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa bordada a mano



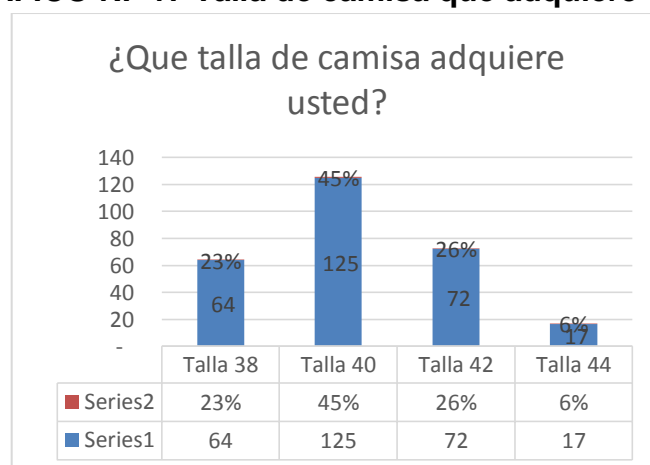
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede observar que el 28% de los clientes están dispuestos a pagar por una camisa bordada entre 10 a 20 dólares, el 50% de potenciales compradores estaría dispuesto a pagar entre 21 y 30 dólares, de 31 a 40 dólares pagaría un 14% y de 41 a 50 dólares un 8%.

¿Qué talla de camisa adquiere usted?

GRÁFICO N. 17 Talla de camisa que adquiere usted



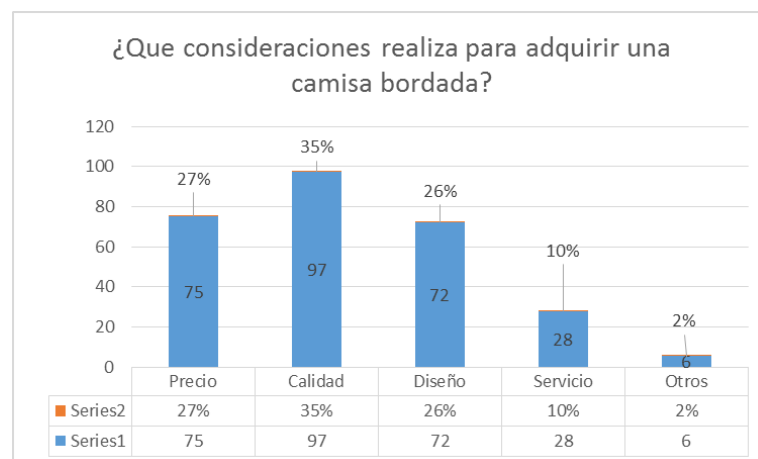
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

La talla de mayor demanda es la talla 40, representa el 45% de los potenciales consumidores, las tallas 42 y 38 son la segunda y tercera talla más demandada; en todo caso la suma de estas tallas nos da el 94%.

¿Qué consideraciones realiza para adquirir una camisa bordada?

GRÁFICO N. 18 Consideraciones que realiza para adquirir una camisa bordada



Fuente: Estudio de Mercado

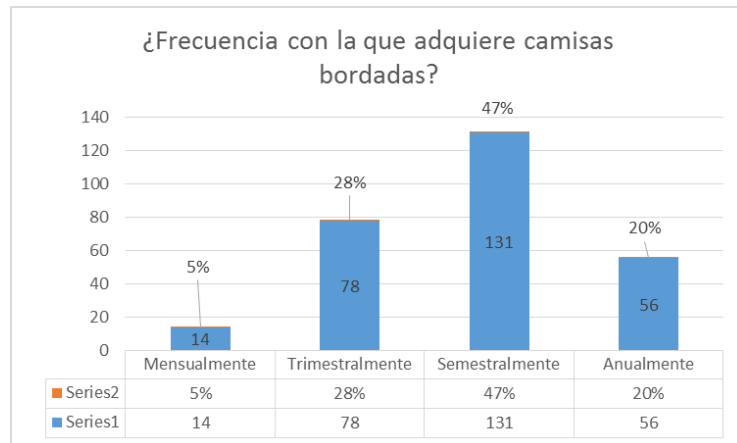
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

El criterio de mayor trascendencia para tomar la decisión de compra es su calidad, seguida por el precio y diseño, le sigue el servicio y con un porcentaje mucho menor otros.

¿Con que frecuencia adquiere camisas bordadas?

GRÁFICO N. 19 Con qué frecuencia adquiere camisas bordadas



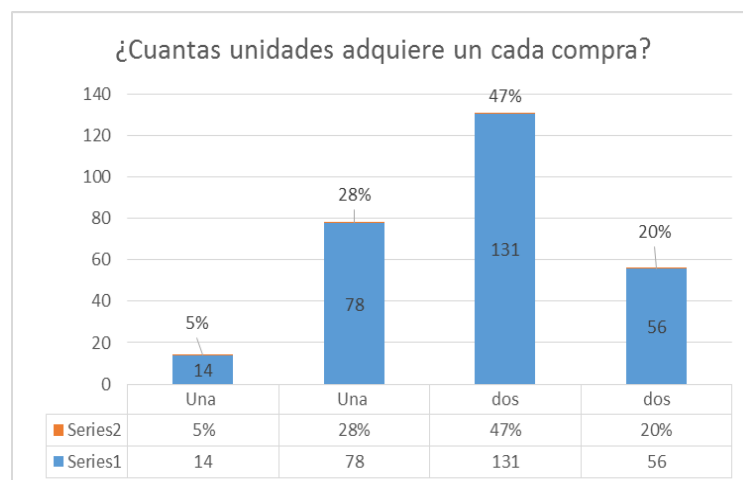
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

La frecuencia de mayor porcentaje es la semestral, seguida por la frecuencia trimestral y anual, un menor porcentaje indica que la frecuencia de adquisición de camisas bordadas a mano es mensual.

¿Cuántas unidades adquiere en cada compra?

GRÁFICO N. 20 Unidades que adquiere en cada compra



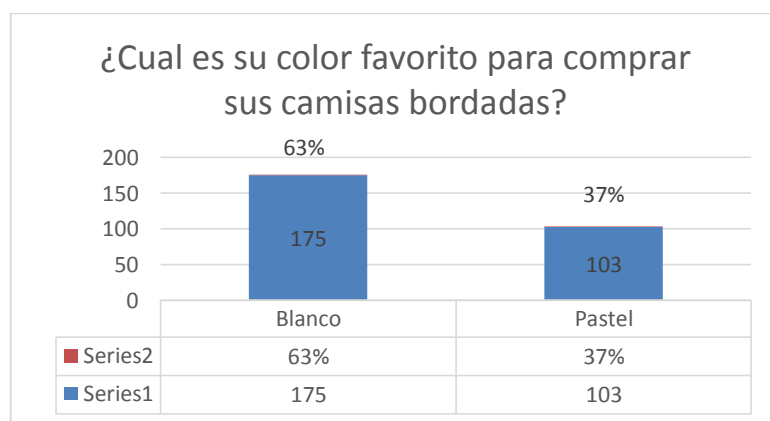
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

El 5% de compradores mensuales adquieren una camisa en cada compra, el 28% de compradores trimestrales también adquiere una camisa en cada compra, mientras que el 47% de compradores semestrales adquieren dos camisas en cada compra, y el 20% de compradores anuales adquieren dos camisas en cada compra.

¿Cuál es su color preferido para la compra de camisas bordadas?

GRÁFICO N. 21 Color preferido para la compra de camisas bordadas



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede afirmar que la preferencia mayoritaria al momento de adquirir camisas es el color blanco, seguido por el color pastel.

3.9. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

El mercado al cual se dirigirá la oferta institucional se encuentra conformado por 6250 turistas, de los cuales el 12% no gusta adquirir artesanías bordadas, el mercado potencial lo conforma el 88%, es decir existen 5.500 personas que gustan de las camisas bordadas, de los cuales el 30% compra camisas artesanales bordadas a mano, es decir 1.650 personas. Si a este número de clientes aplicamos los porcentajes correspondientes a la frecuencia y cantidad de unidades adquiridas, obtenemos lo siguiente:

CUADRO N. 11 Demanda de Camisas Bordadas a mano

Demanda de Camisas Bordadas a mano						
Periodo	% de compra	Clientes	Camisas por compra	Total camisa por compra	Frecuencia de compra	Número de camisas al año
Mensual	5%	83	1	83	12	991
Trimestral	28%	462	1	462	4	1.849
Semestral	47%	776	2	1.552	2	3.104
Anual	20%	330	2	660	1	660
Total clientes		1.651				
Total demanda de camisas al año						6.604

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

3.10. CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

La oferta está conformada por un total de 20 talleres que ofrecen similares artesanías bordadas a mano en la localidad de Zuleta.

CUADRO N. 12 Oferta de camisas bordadas

OFERTA DE CAMISAS BORDADAS			
No.	TALLER ARTESANAL	PRODUCCIÓN MENSUAL CAMISAS	PRODUCCIÓN ANUAL
1	COSAS LINDA	6	72
2	BORDADOS MARGARITA	24	288
3	BORDADOS GERTRUDIS	36	432
4	BORDADOS ESTELITA	12	144
5	TETE BORDADOS	24	288
6	LILIAN BORDADOS	6	72
7	BORDADOS DOÑA GLORIA	24	288
8	BORDADOS MIRYAM	5	60
9	LUPE BORDADOS	0	0
10	BORDADOS KARINA	0	0
11	LUZMILA BORDADOS	12	144
12	BORDADOS ROMELIA	6	72
13	ELENA YANEZ BORDADOS	24	288
14	BORDADOS MAGALY	8	96
15	ARTESANIAS TERESA	12	144
16	BORDADOS ZULETA	8	96
17	BORDADOS ELISA	12	144
18	BORDADOS SILVIA	16	192
19	BORDADOS ROSITA	24	288
20	BORDADOS LAURA	20	240
TOTAL PRODUCCION ANUAL			3.348

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

Fuente: Entrevista realizada Noviembre 2013, a cada una de las propietarias

3.11. DEMANDA INSATISFECHA

CUADRO N. 13 Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA CAMISAS BORDADAS		
Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
6.604	3.348	3.256

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

Puede observarse que la oferta no satisface la demanda existente, más bien podría afirmarse que ésta cubre tan solo el 51% de la demanda, por lo cual podría afirmarse que si existe el mercado necesario para el proyecto.

3.12. OFERTA DEL PROYECTO

"Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio y en un tiempo determinado.

Se cuenta con la Asociación de Artesanas de Zuleta, dedicada a la elaboración y comercialización de bordados a mano, este grupo junto con la ayuda de más de cien bordadoras, han participado en ferias de reconocido prestigio a nivel local, nacional e internacional, con la finalidad de promocionar sus productos teniendo buena acogida pues la mayoría de personas gustan de los trabajos elaborados artesanalmente.

La capacidad de producción de este importante sector artesanal se encuentra supeditada a varios aspectos, tales como: Instalaciones, maquinaria y sobre todo la disponibilidad de mano de obra artesanal, ya que de a poco y de generación en generación se ha ido perdiendo esta habilidad tradicional, volviéndose difícil conseguir bordadoras artesanales.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se ha podido establecer una media de producción de tres camisas semanales por artesana, considerando la talla, calidad y diseño del bordado.

Se plantea cubrir el 20% de la demanda insatisfecha, porcentaje que irá creciendo de conformidad con el posicionamiento y demanda creciente del mercado.

Inicialmente el proyecto contará con cuatro artesanas dedicadas al bordado de camisas a mano, bajo una modalidad de producción a destajo, esta variara de conformidad con el nivel de aceptación y posicionamiento de la microempresa en el medio.

CUADRO N. 14 CUADRO DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE CAMISAS POR ARTESANA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE CAMISAS BORDADAS			
Artesanas	Producción semanal	Producción mensual (4 Sem)	Producción anual (52 Sem)
1	3	12	156
2	6	24	312
3	9	36	468
4	12	48	624
5	15	60	780
6	18	72	936
7	21	84	1.092
8	24	96	1.248
9	27	108	1.404
10	30	120	1.560
11	33	132	1.716
12	36	144	1.872

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

3.13. DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO

El producto sujeto a estudio de mercado es la camisa elaboradas en tela hindú y lienzo bordadas a mano con variados diseños.

3.14. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Prendas de vestir elaborada en tela: hilo, hindú, lienzo, bordadas con hilo y orlón suizo cien por ciento a mano, con diferentes diseños y figuras.

3.15. PRODUCTOS SUSTITUTOS

La fuerza competitiva de productos sustitutos de las camisas bordadas a mano son los siguientes las diferentes confecciones existentes en el mercado que no son bordadas a mano con diseños y modelos convencionales.

3.16. MERCADO META

La confección de camisas bordadas a mano se producen básicamente en la parroquia La Esperanza comunidad de Zuleta, su comercialización se hará directamente al consumidor tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Para lo cual se utilizarán diversos mecanismos como venta en el taller, en ferias locales y nacionales y pagina Web.

El mercado demandante de camisas bordadas a mano se encuentra en las provincias de Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Chimborazo, se encuentra también un mercado del sector turístico cuya ruta comprende las ciudades de Quito – Ibarra – Tulcán, además turistas del sur de Colombia.

Otro importante mercado constituye el mercado internacional integrado por países como Estados Unidos, Alemania y España.

El proyecto comprende la atención de los principales consumidores tanto a nivel nacional como internacional.

3.17. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El producto busca satisfacer las necesidades de los consumidores finales de mercados locales como el mercado de Otavalo a nivel nacional y

Alemania, Estados Unidos y España a nivel Internacional por medio de exportaciones indirectas, en donde los comerciantes exportadores o distribuidores adquieren la mercancía para exportar, agrega su propio margen de beneficio, para su introducción al mercado internacional.

El proyecto prevé cubrir en un inicio el 20% de la demanda insatisfecha, porcentaje que irá creciendo de conformidad como se vaya posesionando la empresa en el mercado de venta de camisas artesanales bordadas a mano.

3.18. ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio que se pretende aplicar parte del estudio de mercado en cuanto a la disponibilidad de pago de los potenciales clientes, por lo que se ha considerado necesario partiendo de este importante criterio y promediar el precio, es decir se iniciará con un precio promedio de 25 Usd., lo cual se ha complementado con entrevistas realizadas a artesanas del lugar.

3.19. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Se ha determinado que la competencia está conformada por los talleres de confección situados en la parroquia la Esperanza, Santa Rosa, Zuleta son los mayores productores de artesanías bordadas a mano; no obstante no se especializan en camisas bordadas a mano de alta calidad.

En este caso se busca competir por calidad y buen servicio, lo que nos permitirá diferenciarnos de la competencia.

3.20. COMERCIALIZACIÓN

Su comercialización se realizará en forma directa al consumidor en el taller y Ferias en Zuleta, Ibarra y Otavalo, aprovechando el grado de aceptación de los clientes y el gusto por las artesanías.

La tecnología no puede estar ausente en los procesos de comercialización, por lo que se creará una página Web que nos permita

ofrecer las camisas artesanales bordadas a mano a nivel mundial, esto será posible mediante un catálogo virtual estandarizado a disposición de aquellas personas amantes de la Red.

Para superar las dificultades que implican la creación y posicionamiento de una nueva microempresa, se aunará esfuerzos mediante estrategias de diferenciación reforzadas con una mezcla de marketing que fortalezca el objetivo propuesto.

3.21. MEZCLA DE MARKETING

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

De un total de 362 encuestas aplicadas, el 88%, es decir 245 afirmaron que les agrada adquirir artesanías elaboradas a mano, para su uso personal o para obsequiar a familiares y amigos en el país y el extranjero. Entre las razones más frecuentes se encuentran las siguientes:

La calidad del producto, que garantiza su compra.

El diseño y la exclusividad del producto, sumado a la calidad del servicio.

Por lo que se aplicará a una estrategia de diferenciación basada en la calidad del producto, a través del cumplimiento de normas de calidad, garantizando el acabado y terminado del producto

ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio es un factor importante para lograr rentabilidad en éste negocio, por lo que este producto estará a la venta a un precio justo, considerando su calidad, puesto que los clientes buscan la mejor relación precio – valor.

De los datos obtenidos en la investigación podemos manifestar que el 28% de los potenciales clientes estarían dispuestos a pagar de 10 a 20 Usd., el 50% estarían dispuestos a pagar de 21 a 30 Usd. y el 14%

pagaría de 31 a 40 Usd,; se ha realizado una media ponderada y se ha establecido el valor de 25 Usd. Como precio promedio ponderado.

Los precios están establecidos en base a un acuerdo entre las artesanas de bordados a mano existentes en Zuleta, a fin de que exista una sana competencia y se venda los productos por su calidad, diseño y prestigio que ha llegado a ganarse estas artesanías, tanto a nivel nacional como internacional. Nuestra Microempresa ofrecerá productos de mejor calidad y con un valor agregado.

Los precios establecidos para estas artesanías se basan en el costo de la materia prima, materiales directos, indirectos y especialmente en la mano de obra que se requiere para elaborar cada producto de acuerdo a los innumerables diseños que se presentan, porque realmente es un arte y sus precios se ven reflejados en estas maravillosas artesanías.

ESTRATEGIA DE PLAZA

El producto busca hacer presencia en los mercados locales, provinciales e internacionales y se podrá negociar con los compradores a través de páginas web por medio de un catálogo de productos.

Debido a los bordados de Zuleta es un producto que no ha tenido una difusión adecuada, muchas personas desconocen su existencia, esto se debe también a que inclusive el sector pasa desapercibido. Entre los principales factores de estas causas tenemos el estado de las vías de acceso ya que el ingreso a esta localidad se realiza por carreteras de segundo orden.

Otra causa se debe a que las artesanías de Zuleta en muchas ocasiones son confundidas con las artesanías de Otavalo, productos que no tienen punto de comparación con la calidad de las artesanías de Zuleta.

La comercialización de este proyecto en la venta de bordados a mano de Zuleta será una distribución directa ya que nuestro producto será del productor al consumidor final, sin la existencia de intermediarios.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Prácticamente se ha descuidado de realizar algún tipo de promoción de las camisas bordadas de Zuleta, pues se puede decir que lo único que se ha hecho es mantener clientes cautivos pero no con el fin de buscar nuevos clientes.

De las encuestas realizadas se pudo determinar que el 88 % de las personas entrevistadas adquieren artesanías bordadas a mano, lo que significa que tiene una demanda alta.

Con la finalidad de fortalecer la demanda se ha creído conveniente adoptar las siguientes medidas:

Desarrollar una página WEB con la finalidad difundir de otra manera las camisas artesanales bordadas a mano de Zuleta, esta estrategia permitirá ampliar el mercado, pues la tendencia de compra por este medio es cada vez más grande.

Participar en todas las ferias que se desarrollen en el país.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Comprende el estudio y análisis de aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, macro y microlocalización, instalaciones, infraestructura, maquinaria y equipos, materiales e insumos; además, se describen sus principales procesos.

La capacidad de planta del proyecto se adecua a la demanda de mercado existente, busca satisfacer la misma en forma gradual y ascendente, mientras consolida su posicionamiento en el mercado.

Se consideran las premisas básicas en las que se sustenta el proyecto, en base a ellas se realiza el estudio de factibilidad del proyecto, y la vida útil del mismo.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

4.1.1. Macrolocalización.

Se ha elegido la provincia de Imbabura y de manera específica se propone que el proyecto se localice en la ciudad de Ibarra en uno de los sectores de mayor tradición artesanal, en la parroquia La Esperanza, en el sector de Zuleta donde se elaboran productos artesanales bordados a mano de gran calidad.

A continuación se presenta el mapa provincial de Imbabura, con el detalle de sus principales características geográficas y poblacionales.

GRÁFICO N. 22 Mapa del Ecuador y Provincia de Imbabura



Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

CUADRO N. 15 CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA		
PAÍS	Ecuador	
PROVINCIA	Imbabura	
UBICACIÓN	Norte del país	
SUPERFICIE	4.609 Km ²	
POBLACIÓN	344.044 habitantes	
ORG. TERRITORIAL	6 cantones y 36 parroquias	
CANTONES	Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí	
COORDENADAS	Latitud	00° 07' y 00° 52' Norte
	Longitud	77° 48' y 79° 12' Oeste
	Altitud	200 – 4.939 MSN
LÍMITES	Norte	El Carchi
	Sur	Pichincha
	Este	Sucumbíos
	Oeste	Esmeraldas

Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

La provincia de Imbabura, cuenta con una extensión geográfica de 4609 km², limita: al Norte con la provincia del Carchi, al Sur con la provincia de Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con la provincia de Esmeraldas; cuenta con 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Urcuqui y Pimampiro; se encuentra integrada por 36 parroquias entre urbanas y rurales.

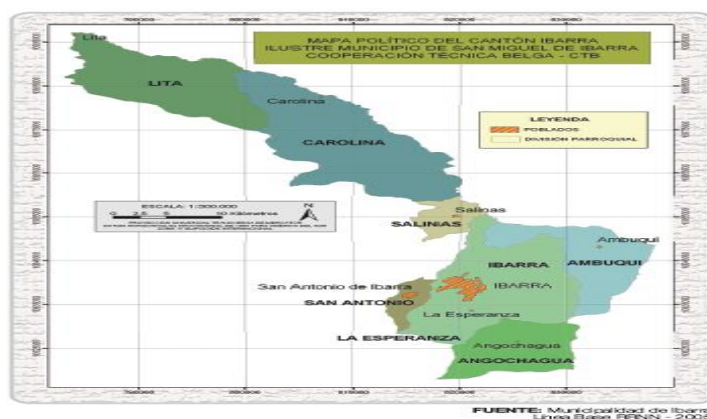
4.1.2. Microlocalización.

El Cantón Ibarra, se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son:

Norte:	Provincia del Carchi,
Noroeste:	Provincia de Esmeraldas,
Oeste:	Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo,
Este:	Cantón Pimampiro,
Sur:	Provincia de Pichincha.

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa de Priorato y siete Parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, con una superficie total de 1.162.22 km².

GRÁFICO N. 23 Mapa Político del Cantón Ibarra



Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

4.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

A fin de establecer la localización más adecuada para el desarrollo del proyecto, se ha considerado varios aspectos de importancia para su buen funcionamiento, estos se detallan a continuación.

4.2.1. Facilidad de acceso, transporte y comunicación.

La parroquia La Esperanza es una parroquia rural que tiene como principales actividades la agricultura y el bordado de productos artesanales como camisas, blusas, manteles, servilletas entre otros, cuenta con servicios básicos para el desarrollo de un proyecto de ésta naturaleza; sus vías de acceso son de segundo orden pero plenamente transitables, de fácil acceso y circulación. Existe servicio de transporte público permanente.

4.2.2. Disponibilidad y cercanía de materia prima.

La ciudad de Ibarra y sus parroquias cuentan con una gama de servicios y productos que contribuyen al buen funcionamiento de una amplia gama de proyectos, la adquisición de materias primas para el proyecto propuesto no constituye problema alguno ya que muchos de los materiales e insumos necesarios son de fácil consecución en el centro de la ciudad, adicionalmente en el caso de requerir otro tipo de materias primas no disponibles en la ciudad, se puede hacer uso de otro tipo de servicios con los que cuenta la ciudad y en poco tiempo contar con la materia prima requerida.

4.2.3. Disponibilidad de Servicios Básicos

La disponibilidad de servicios básicos en la ciudad y de manera particular en la parroquia La Esperanza es buena se cuenta con servicios de agua potable y alcantarillado, recolección de basura, energía eléctrica y servicio telefónico.

4.2.4. Actitud de la Comunidad.

Existe por parte de la comunidad ibarreña, la comunidad nacional e internacional un buen grado de aceptación a este tipo de iniciativas, ya

que la gente gusta de los trabajos artesanales y acuden a este sector a conocer a su gente, su cultura y artesanías.

4.2.5. Seguridad.

La parroquia La Esperanza una parroquia rural, su población es amable, pacífica y trabajadora, los niveles de delincuencia son bajos, cuenta con seguridad policial y organismos de control que transitan frecuentemente por el sector, lo cual proporciona buenas condiciones de seguridad.

4.2.6. Posibilidad de eliminación de desechos.

Los desechos que origina el desarrollo del proyecto no requieren condiciones especiales para su eliminación, pues no son desechos tóxicos ni infecciosos, por lo que cumpliendo ciertos requerimientos básicos pueden ser desechados por medio de los servicios de recolección de desechos que posee la ciudad de manera diaria.

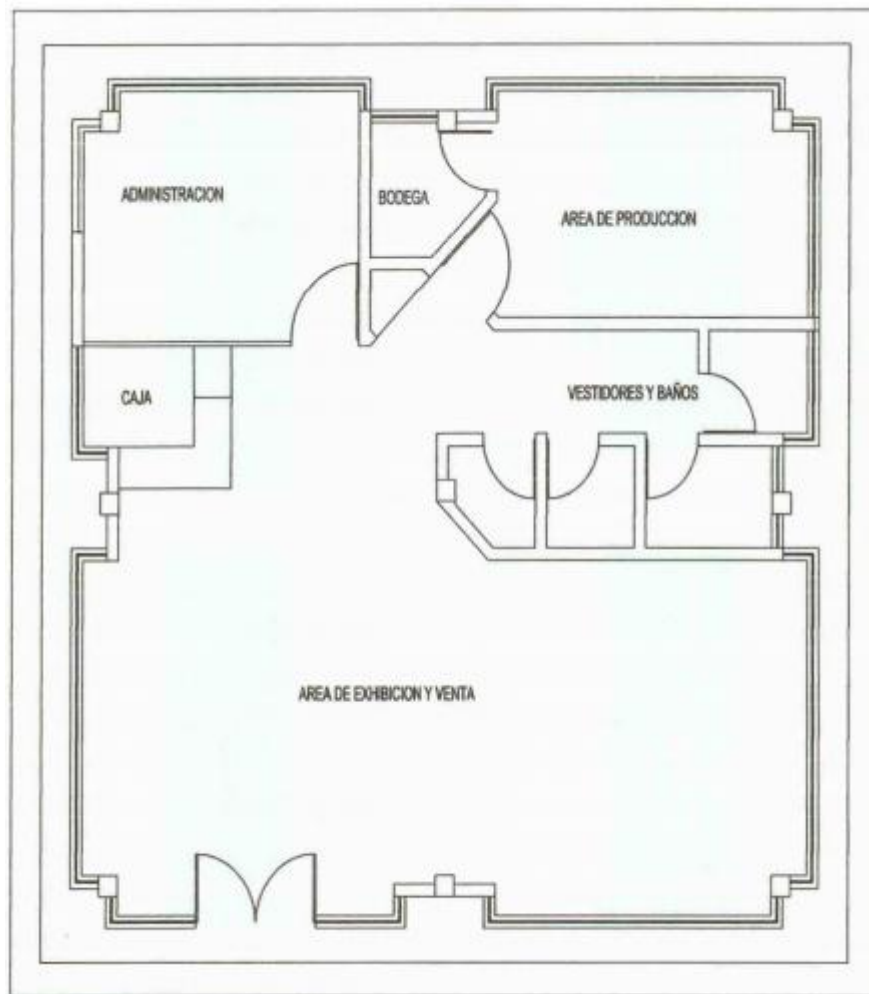
4.3. LOCALIZACIÓN DE PLANTA.

La empresa artesanal de camisas bordadas a mano, estará localizada en la ciudad de Ibarra en la parroquia rural La Esperanza en el sector de Zuleta, donde cuenta con los servicios básicos necesarios para desarrollar la actividad propuesta, en el siguiente croquis se identifica su localización.

GRÁFICO N. 24 Distribución de planta



Fuente: Mapa Artesanal Imbabura
Elaborado por: Los Autores



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

A continuación se describe sus principales procesos:

4.3.1. Diseño de Instalaciones.

El diseño de las instalaciones de la empresa, responde a los requerimientos y especificaciones técnicas para el desarrollo de las diferentes actividades productivas para realizar camisas bordadas a mano, de conformidad con el proceso detallado a continuación.

4.3.2. Proceso de producción

Para tener mayor claridad del proceso de producción se describirá a continuación el mismo.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Recepción de Materia Prima



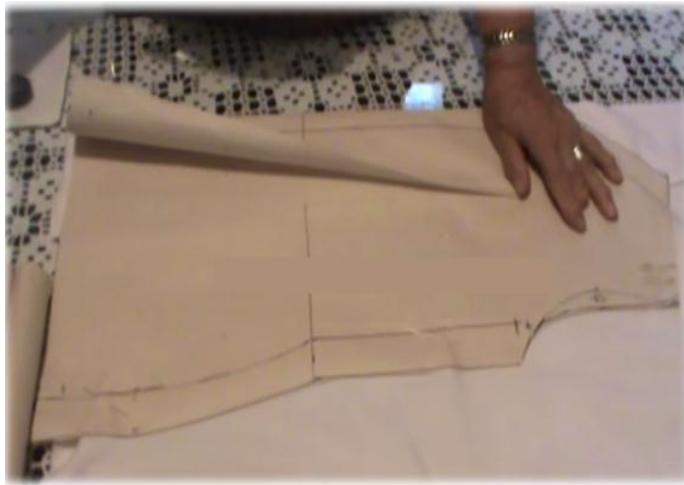
Los criterios para la recepción de materia prima, serán: calidad, textura de las telas, color, resistencia al corte, planchado, ensamblaje y comportamiento de la prenda al ser utilizada por el cliente. En cuanto a los hilos se considerará su textura, firmeza, tracción al corte; la tolerancia al momento de unir las piezas que conforma la camisa.

Almacenamiento de materia prima

Para almacenar de manera eficiente será necesario llevar un control contable-y administrativo sobre esta, de acuerdo a la capacidad económica y operativa de la empresa. Su almacenamiento será en forma codificada y ubicada adecuadamente en el área respectiva.

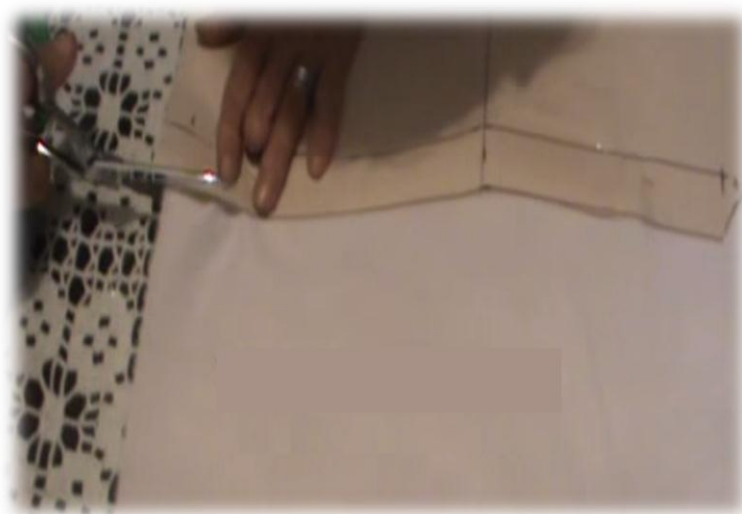
Trazado

El trazado de la tela se realizará de acuerdo a los patrones de confección diseñados para las diferentes tallas y modelos de las camisas. En el trazado se extenderá las telas en la mesa de trabajo y se procederá a dibujar los distintos elementos que forman parte de la prenda. Para el trazado se seguirá la normatividad técnica que establece el proceso de producción.



Cortado

Una vez efectuado el trazado se procederá a cortar los diferentes elementos que forman parte de la prenda. Para el cortado se utilizara tijeras convencionales.



Ensamblado

Comprende la unión de las diferentes piezas o elementos que constituyen la prenda.

Dibujar el tipo de bordado

Se procederá a dibujar los distintos bosquejos, figuras que tendrán los bordados a mano en las prendas. Para el bordado será recomendable utilizar agujas e hilo orlón o suizo en distintos colores y matices.



Lavado

El proceso de lava es importante porque se elimina las impurezas de fabricación que traen consigo las distintas telas e hilos y otros insumos que forman parte de estos artículos.

Secado

El secado de las prendas se realizará de preferencia bajo sombra, para que no altere los colores de las telas e hilos utilizados en la confección.

Planchado

El planchado es un proceso mediante el cual al aplicar una cierta presión y temperatura sobre las prendas se pretende dar firmeza, moldura y estética a las mismas.

Empacado

Las prendas confeccionadas son empacadas mediante formas y maneras que requiere el mercado local, para que sean vendidas directamente al consumidor y/o transportadas a diferentes sitios del mercado.

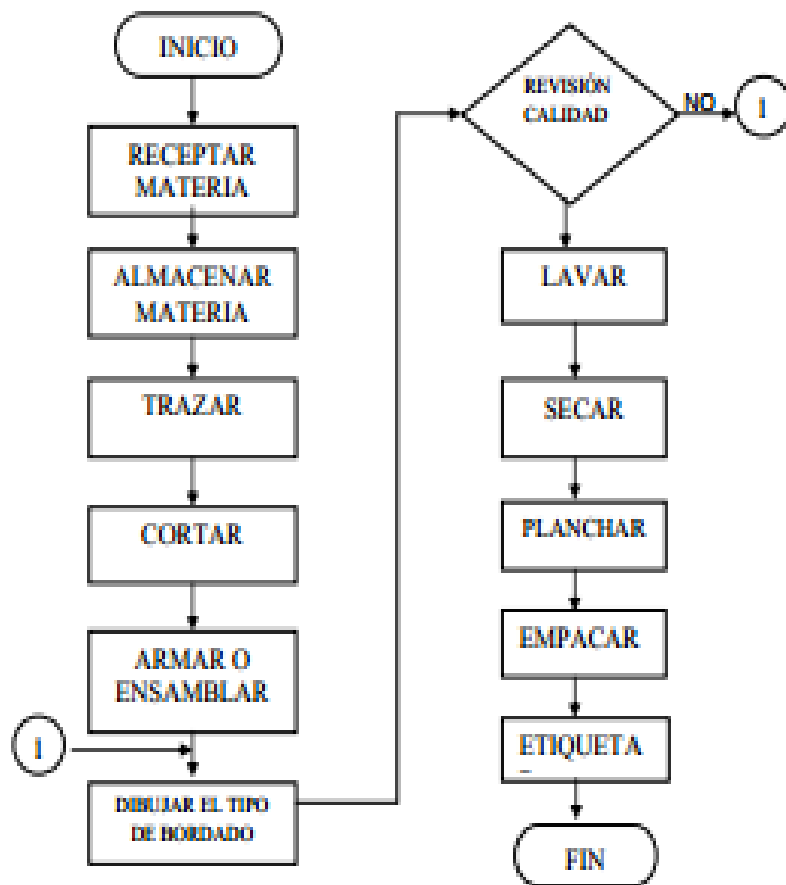
Etiquetado

Se colocará la etiqueta de la empresa en los artículos ya empacados. La etiqueta forma parte de la estrategia de marketing que tendrá la empresa.



4.4. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.

El diagrama de flujo del proceso, comprende el detalle de la secuencia de actividades, en donde se muestran los pasos a seguir para realizar una actividad, a continuación se presenta el procesos de producción de camisas bordadas a mano.



4.5. INVERSIONES.

Activos Fijos.

Instalaciones e Infraestructura.

La implementación de este proyecto requiere del espacio y las condiciones físicas necesarias para el desarrollo del proceso de bordado

a mano, el espacio físico requerido está acorde con la maquinaria y equipo que se detalla a continuación:

Maquinaria y Equipos.

La Maquinaria y Equipo para la producción se la adquirirá en el país, en la ciudad de Ibarra, a un distribuidor o representante de maquinaria textil, esto garantizará su mantenimiento y asesoría técnica.

CUADRO N. 16 Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Máquina de coser	500,00	500,00
1	Plancha Industrial	300,00	300,00
1	Mesa de corte	100,00	100,00
1	Dedal	30,00	30,00
SUBTOTAL			930,00
TOTAL			930,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Equipo de Oficina.

Para iniciar el funcionamiento de la Pequeña empresa, se requiere de un equipo de oficina básico, considerando las necesidades prioritarias.

CUADRO N. 17 Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Computadora e impresora	900,00	900,00
SUBTOTAL			900,00
TOTAL			900,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 18 Muebles de Oficina

MUEBLES DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Escritorio	200,00	200,00
1	Muebles sala de espera	800,00	800,00
3	Sillas	60,00	180,00
3	Maniquies	100,00	300,00
2	Archivadores	250,00	500,00
SUBTOTAL			1.980,00
TOTAL			1.980,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Activos Diferidos.

Constituye una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la pequeña empresa, toda vez que resume los requerimientos económicos que implica la realización de trámites judiciales en la legalización de la misma y en general todos los gastos efectuados en la investigación.

CUADRO N. 19 Activos Diferidos

GASTOS PREOPERATIVOS			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Gastos de constitución	1.000,00	1.000,00
1	Registro y permisos de funcionamiento	500,00	500,00
SUBTOTAL			1.500,00
TOTAL			1.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Capital de Trabajo.

Constituye aquellos valores necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del producto.

El capital de trabajo, está considerado para 3 meses, período en el cual es necesario invertir en la fase pre operativa, en lo posterior el proyecto ira consolidándose y generando liquidez.

CUADRO N. 20 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Materiales directos	960,70	960,70
1	Mano de obra directa	1.170,00	1.170,00
1	Materiales indirectos	107,25	107,25
1	Suministros	93,75	93,75
1	Gastos de Administración y Ventas	1.304,42	1.304,42
1	Gastos Promoción y Publicidad	450,00	450,00
SUBTOTAL			4.086,12
TOTAL			4.086,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Resumen Inversión Total.

La Inversión Total que requerida para poner en marcha el proyecto es la que sigue:

CUADRO N. 21 Resumen Inversión Total

RESUMEN INVERSION	
Detalle	Inversión
Arriendo	200,00
Equipos de Oficina	900,00
Vehículo	-
Maquinaria	930,00
Muebles de Oficina	1.980,00
Gastos preoperativos	1.500,00
Capital de trabajo Trim	4.086,12
TOTAL	9.596,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Financiamiento.

La inversión requerida para emprender en esta empresa es de 9.596,12 Usd., de los cuales el 50% será aportado por el accionista de la empresa, y la diferencia mediante un crédito.

CUADRO N. 22 Origen de la Inversión

ORIGEN DE LA INVERSION		
Fuente	Valor	%
Capital Propio	4.798,06	50%
Crédito terceros	4.798,06	50%
	9.596,12	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

4.6. TALENTO HUMANO REQUERIDO.

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de Obra Directa e Indirecta:

CUADRO N. 23 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
Función	Valor	Semanal	Mensual	Anual
Camisas producidas por artesana		3	12	156
Numero de artesanas	4			
Producción total		12	48	624
Pago bordado \$5 por camisa	5	60,00	240,00	3.120,00
Pago diseño \$1 por camisa	1	12,00	48,00	624,00
			-	-
TOTAL			3.744,00	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

MANO DE OBRA INDIRECTA				
Detalle	Cant.	Sueldo	Total	Anual
Admin - Jefe de Producción	1	475,71	475,71	5.708,50
TOTAL			5.708,50	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 24 Personal de Administración y Ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS				
Detalle	Cant.	Sueldo	Total	Anual
Secretaria - Contadora	1	434,81	434,81	5.217,70
TOTAL			5.217,70	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

4.7. MATERIA PRIMA DIRECTA.

La materia prima directa requerida para satisfacer los niveles de producción propuestos, se presenta a continuación:

CUADRO N. 25 Materia Prima Directa

COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA					
producción 624 Camisas					
Materiales	Descripción / medida	Cantidad Semanal	Valor Unitario	Costo / Semana	Costo Anual
Directos	Tela (mts.)	18	1,7	30,60	1.591,20
	Hilos (ovillos)	40	0,65	26,00	1.352,00
	Botones (unid)	180	0,014	2,52	131,04
Total Materiales Directos					3.074,24

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Materiales Indirectos e Insumos.

Dentro de este grupo de materiales se encuentra todo lo relacionado con los insumos necesarios para complementar la elaboración de la camisa como tal, así también para el mantenimiento de las principales áreas de funcionamiento de la pequeña empresa. A continuación se muestran los resultados expresados en cantidad y costo.

CUADRO N. 26 Materia Prima Indirecta e Insumos

COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA			
Materiales	Unidades	Valor U.	Costo Anual
Etiquetas	624	0,1	62,40
Fundas de papel	624	0,4	249,60
Fundas plásticas	624	0,05	31,20
Total Materiales Indirectos			343,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 27 Suministros

Suministros			
Detalle	V. Unit.	Total	Anual
Energía Eléctrica	1,00	10,00	120,00
Agua potable	1,00	5,00	60,00
Mantenimiento y útiles de aseo	1,00	10,00	120,00
SUBTOTAL			300,00
TOTAL			300,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Costo de Productos Terminados.

CUADRO N. 28 Costo de Productos Terminados

COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIOS	
Descripción	Total Anual
Materiales Directos	4,93
Materiales Indirectos	0,55
Mano de Obra Directa	6,00
Mano de Obra Indirecta	9,15
Suministros	0,48
Total	21,11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

4.8. TAMAÑO DEL PROYECTO.

Mercado.

La demanda actual de camisas bordadas a mano se encuentra parcialmente satisfecha, como se puede observar en el estudio de mercado, la capacidad de producción planteada solo cubriría el 20% de la demanda no satisfecha; por lo que se podría decir que el proyecto es viable; más aún si consideramos el aumento de la demanda futura.

Disponibilidad de Recursos Financieros.

La ejecución de todo proyecto productivo cuenta con recursos propios y de terceros, en el presente proyecto se cuenta con la participación financiera de terceros, que en su calidad de inversionistas y dueños del proyecto, aportaran con el valor aproximado de 4.798,00 (cuatro mil setecientos noventa y ocho dólares), adicionalmente se contará con recursos de terceros que corresponden a Instituciones Financieras que apoyan al sector productivo, concretamente se aplicará un crédito de desarrollo productivo en la Corporación Financiera Nacional.

El análisis del financiamiento y su estructura se analizará de manera más detallada en el estudio financiero.

Disponibilidad de Mano de Obra.

Se cuenta con la mano de obra requerida para poner en funcionamiento éste proyecto, ya que se han realizado contactos previos con artesanas del sector, quienes están dispuestas a contribuir con habilidad y capacidad productiva, mediante un contrato a destajo, es decir por prenda producida.

En cuanto a las actividades administrativas, se dispone también con el talento humano para cumplir con este propósito.

Disponibilidad de Materia Prima e Insumos.

Las materias primas para este tipo de proyectos se encuentran fácilmente en el mercado local y nacional.

La Tecnología.

La tecnología requerida para poner en marcha el presente proyecto se encuentra disponible en el medio, pues su producción es artesanal y no requiere de tecnología especializada,

Determinación de la Capacidad de Producción.

De conformidad con el estudio de mercado se ha podido estimar que la demanda actual de camisas bordadas no se encuentra debidamente satisfecha, lo cual se puede apreciar en el balance de la oferta y demanda de camisas bordadas.

La capacidad de producción estaría dada por la capacidad para laborar inicialmente de cuatro artesanas, con una producción individual de tres camisas semanales, anualmente se incrementará una artesana con la finalidad de aumentar la capacidad de producción y captar un mayor porcentaje de mercado.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

Mediante este estudio, se determinará el grado de factibilidad económica y financiera del proyecto en un lapso de cinco años.

5.1. ESTRUCTURA Y ORIGEN DE LA INVERSIÓN.

La inversión requerida, será asignada en un 42% a inversiones fijas, en un 16% a inversiones diferidas y en un 43% a capital de trabajo, el detalle de esta estructura se a continuación.

CUADRO N. 29 Estructura de la Inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSION	
Detalle	Inversión
Inversión Fija	4.010,00
Inversión Diferida	1.500,00
Capital de Trabajo	4.086,12
TOTAL	9.596,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Origen de la Inversión

La inversión se originará en un 50% por parte del accionista o propietario del negocio y el 50% corresponderá a un crédito bancario.

CUADRO N. 30 Origen de la inversión

ORIGEN DE LA INVERSION		
Fuente	Valor	%
Capital Propio	4.798,06	50%
Crédito terceros	4.798,06	50%
	9.596,12	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.

El costo de oportunidad está dado por el rendimiento financiero que generaría la inversión del capital propio, que equivale al 50% de la inversión total, a una tasa de interés del 6%, que es la tasa activa referencial del Banco Central, que da un rendimiento financiero de 287,88 dólares anuales.

El 50% de la inversión restante, corresponde al crédito obtenido de una institución financiera a la tasa del 18% de interés anual, que causa un costo financiero de 863,65 dólares.

CUADRO N. 31 Costo de Oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD				
Fuente	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	4.798,06	50%	6,00%	3,00%
Crédito terceros	4.798,06	50%	18,00%	9,00%
	9.596,12	100%		12,00%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

La tasa de interés anual ponderada que corresponde al costo de oportunidad de la inversión es el 12,00% bajo las condiciones anotadas, costo de oportunidad mínimo que deberá generar la inversión.

Si consideramos una tasa de inflación anual promedio del 3%, la tasa mínima aceptable de rendimiento sería:

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Datos:

Coste del Capital = 12.00

Inflación = 3.00

TMAR = Costo del Capital + Inflación

TMAR = 0,12 + 0,03

TMAR = 0,15

TMAR = 15,00%

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento corresponde a aquella que permite cubrir el costo del capital más la inflación anual, para el presente caso es del 15,00%.

5.2. INVERSIONES.

Implementar y ejecutar el proyecto requiere de una serie de inversiones que se agrupan en activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

La inversión que implican estos requerimientos se detallan a continuación.

Inversión Fija.

Para la gestión y desarrollo del proyecto se hace necesaria la adecuación de una infraestructura adecuada en la que se instalará y operará el proyecto.

La infraestructura requerida corresponde a un local comercial arrendado en el que se instalaran la maquinaria y equipos de conformidad con la distribución de planta indicada anteriormente.

Maquinaria y Equipo.

Se encuentra la maquinaria y equipo con la cual contará el proyecto para sus procesos productivos, ésta se detalla a continuación.

CUADRO N. 32 Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Máquina de coser	500,00	500,00
1	Plancha Industrial	300,00	300,00
1	Mesa de corte	100,00	100,00
1	Dedal	30,00	30,00
SUBTOTAL			930,00
TOTAL			930,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Muebles de Oficina.

Corresponde a los muebles asignados a las dependencias operativas de la empresa.

CUADRO N. 33 Muebles de Oficina

MUEBLES DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Escritorio	200,00	200,00
1	Muebles sala de espera	800,00	800,00
3	Sillas	60,00	180,00
3	Maniquies	100,00	300,00
2	Archivadores	250,00	500,00
SUBTOTAL			1.980,00
TOTAL			1.980,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Equipo de Oficina y Computación.

El equipo de oficina y computación considerado, permitirá el cumplimiento de las actividades diarias.

CUADRO N. 34 Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Computadora e impresora	900,00	900,00
SUBTOTAL			900,00
TOTAL			900,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Activos Diferidos.

Los activos diferidos constituyen un gasto orientado al montaje, puesta en marcha, y constitución de la empresa, se detallan los costos aproximados ello.

CUADRO N. 35 Gastos Preoperativos

GASTOS PREOPERATIVOS			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Gastos de constitución	1.000,00	1.000,00
1	Registro y permisos de funcionamiento	500,00	500,00
SUBTOTAL			1.500,00
TOTAL			1.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Capital de Trabajo.

El capital de trabajo propuesto cubre un lapso de tres meses, tiempo que permitirá que la empresa pueda promocionar su marca en el mercado y tenga un flujo de efectivo que le permita continuar su actividad normal.

CUADRO N. 36 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Materiales directos	960,70	960,70
1	Mano de obra directa	1.170,00	1.170,00
1	Materiales indirectos	107,25	107,25
1	Suministros	93,75	93,75
1	Gastos de Administración y Ventas	1.304,42	1.304,42
1	Gastos Promoción y Publicidad	450,00	450,00
SUBTOTAL			4.086,12
TOTAL			4.086,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Resumen de la Inversión.

La Inversión Total del Proyecto asciende a 9.596,12 dólares, mismos que serán cubiertos con capital propio y crédito de terceros, cada uno con un 50% de participación.

CUADRO N. 37 Resumen de la inversión

RESUMEN INVERSION	
Detalle	Inversión
Arriendo	200,00
Equipos de Oficina	900,00
Vehículo	-
Maquinaria	930,00
Muebles de Oficina	1.980,00
Gastos preoperativos	1.500,00
Capital de trabajo Trim	4.086,12
TOTAL	9.596,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

5.3. INGRESOS.

Ingresos Proyectados.

Considerando los niveles de producción y comercialización estimados durante los cinco años de vida del proyecto, podemos indicar que para el primer año se ha previsto comercializar 624 camisas bordadas a un precio medio de 25 Usd., lo que nos da como resultado un ingreso anual de 19.500,00 dólares.

En cuanto a los precios establecidos, se ha previsto iniciar con un precio de 25,00 Usd., mismo que en el segundo año se incrementaría en un 10%, es decir pasaría a 27,50 Usd., y en el cuarto año un incremento del 10%, pasando a un precio de venta de 30,25 Usd.

CUADRO N. 38 Variación de precios

VARIACION DE PRECIOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de venta	25,00	25,00	27,50	27,50	30,25	30,25

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Se han considerado también incrementar los niveles de producción anual, incorporando una artesana al año durante la vida del proyecto, llegando a producir 1404 unidades, pensando más en la exclusividad y la calidad que en la cantidad de producción.

Consecuentemente, se espera que los ingresos y egresos proyectados, arrojen los resultados expuestos a continuación.

CUADRO N. 39 Ingresos Proyectados

INGRESOS PROYECTADOS DURANTE LA VIDA DEL PROYECTO					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad	780,00	936,00	1.092,03	1.248,08	1.404,09
Precio	25,00	27,50	27,50	30,25	30,25
Ingresos por año	19.500,00	25.740,00	30.030,86	37.754,49	42.473,81

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Egresos

Costos y Gastos de Producción.

Los costos y gastos de producción se encuentran conformados por todos los valores que forman parte del proceso productivo tales como; materia prima, mano de obra y gastos generales de fabricación.

A partir del segundo año se considera que los costos de producción se verán afectados como consecuencia de la inflación anual, por lo que se ha considerado una inflación del 3%, de conformidad con los datos del Banco Central del Ecuador; se exceptúa de esta variación los costos de mano de obra, por considerar que el grado de afectación porcentual histórico ha sido cercano al 8% anual; por lo que para los efectos de análisis se ha considerado una variación en dicho porcentaje.

Materia Prima Directa.

CUADRO N. 40 Materia Prima Directa

COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA					
producción 624 Camisas					
Materiales	Descripción / medida	Cantidad Semanal	Valor Unitario	Costo / Semana	Costo Anual
Directos	Tela (mts)	18	1,7	30,60	1.591,20
	Hilos (ovillos)	40	0,65	26,00	1.352,00
	Botones (unid)	180	0,014	2,52	131,04
Total Materiales Directos					3.074,24

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Mano de Obra Directa.

CUADRO N. 41 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
Función	Valor	Semanal	Mensual	Anual
Camisas producidas por artesana		3	12	156
Numero de artesanas	4			
Producción total		12	48	624
Pago bordado \$5 por camisa	5	60,00	240,00	3.120,00
Pago diseño \$1 por camisa	1	12,00	48,00	624,00
TOTAL			3.744,00	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Costos Indirectos de Fabricación.

CUADRO N. 42 Materia Prima Indirecta

COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Materiales	Unidades	Unidades	Valor U.	Costo Anual
Etiquetas	624		0,1	62,40
Fundas de papel	624		0,4	249,60
Fundas plásticas	624		0,05	31,20
Total Materiales Indirectos				343,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 43 Costo total y unitario de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Descripción	Total Anual
Materiales Directos	3.074,24
Materiales Indirectos	343,20
Mano de Obra Directa	3.744,00
Mano de Obra Indirecta	5.708,50
Costos Generales de Fabricación	300,00
Total	13.169,94
Producción Anual	624,00
Costo unitario de producción	21,11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Gastos Administrativos y de Ventas.

En los Gastos Administrativos y de Ventas constan los costos de mano de obra de quienes están relacionados con actividades administrativas y de ventas, en los valores señalados constan ya los beneficios laborales, en la proyección anual se propone un incremento anual del 8% debido a las variaciones salariales históricas anuales, que se aproximan a este valor.

CUADRO N. 44 Gastos Administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS				
Detalle	Cant.	Sueldo	Total	Anual
Secretaria - Contadora	1	434,81	434,81	5.217,70
TOTAL				5.217,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Servicios Básicos.

Se estiman aquellos costos que permitirán un adecuado funcionamiento de la empresa en todas sus áreas funcionales.

CUADRO N. 45 Servicios Básicos

Suministros			
Detalle	V. Unit.	Total	Anual
Energía Eléctrica	1,00	10,00	120,00
Agua potable	1,00	5,00	60,00
Mantenimiento y útiles de aseo	1,00	10,00	120,00
SUBTOTAL			300,00
TOTAL			300,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Promoción y Publicidad.

Los gastos de promoción y publicidad consideran valores que se incurrirán al realizar una campaña de promoción de la marca mediante el uso de Internet y redes sociales.

CUADRO N. 46 Gasto Promoción y Publicidad

GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
Detalle	Cant.	Valor	Total	Anual
Internet.	1	100,00	100,00	1.200,00
Otros	1	50,00	50,00	600,00
TOTAL				1.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Gastos Financieros.

Los gastos financieros corresponden a los intereses anuales generados por el préstamo bancario.

CUADRO N. 47 Proyección Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	811,73	684,51	532,40	350,54	133,11
Total	811,73	684,51	532,40	350,54	133,11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

5.4. FINANCIAMIENTO.

La implementación y funcionamiento de la propuesta, requiere de un aporte de terceros, para el caso se ha considerado un crédito productivo, su tabla de amortización se detalla a continuación.

CUADRO N. 48 Tabla de Amortización

FECHA DE OPERACIÓN			01-ene.-14
MONTO OPERACIÓN			4.798,06
Cuota Inicial (solo si aplica)			-
Capital (Monto a financiar)			4.798
TASA INTERÈS ANUAL			18,00%
PLAZO (MESES)			60
Período de gracia			-
Período financiamiento			60
Capitalizaciones			12
Tasa de intereses período de capital			1,50%
CUOTA MENSUAL			121,84

CUOTA N°	FECHA	SALDO INICIAL	CUOTA MENSUAL	INTERÉS	ABONO CAPITAL	SALDO FINAL
1	feb-14	\$ 4.798,06	121,84	71,97	49,87	4.748,19
2	mar-14	\$ 4.748,19	121,84	71,22	50,62	4.697,58
3	abr-14	\$ 4.697,58	121,84	70,46	51,38	4.646,20
4	may-14	\$ 4.646,20	121,84	69,69	52,15	4.594,06
5	jun-14	\$ 4.594,06	121,84	68,91	52,93	4.541,13
6	jul-14	\$ 4.541,13	121,84	68,12	53,72	4.487,40
7	ago-14	\$ 4.487,40	121,84	67,31	54,53	4.432,88
8	sep-14	\$ 4.432,88	121,84	66,49	55,35	4.377,53
9	oct-14	\$ 4.377,53	121,84	65,66	56,18	4.321,35
10	nov-14	\$ 4.321,35	121,84	64,82	57,02	4.264,34
11	dic-14	\$ 4.264,34	121,84	63,97	57,87	4.206,46
12	ene-15	\$ 4.206,46	121,84	63,10	58,74	4.147,72
13	feb-15	\$ 4.147,72	121,84	62,22	59,62	4.088,10
14	mar-15	\$ 4.088,10	121,84	61,32	60,52	4.027,58

15	abr-15	\$ 4.027,58	121,84	60,41	61,43	3.966,15
16	may-15	\$ 3.966,15	121,84	59,49	62,35	3.903,81
17	jun-15	\$ 3.903,81	121,84	58,56	63,28	3.840,52
18	jul-15	\$ 3.840,52	121,84	57,61	64,23	3.776,29
19	ago-15	\$ 3.776,29	121,84	56,64	65,19	3.711,10
20	sep-15	\$ 3.711,10	121,84	55,67	66,17	3.644,92
21	oct-15	\$ 3.644,92	121,84	54,67	67,17	3.577,76
22	nov-15	\$ 3.577,76	121,84	53,67	68,17	3.509,59
23	dic-15	\$ 3.509,59	121,84	52,64	69,20	3.440,39
24	ene-16	\$ 3.440,39	121,84	51,61	70,23	3.370,16
25	feb-16	\$ 3.370,16	121,84	50,55	71,29	3.298,87
26	mar-16	\$ 3.298,87	121,84	49,48	72,36	3.226,51
27	abr-16	\$ 3.226,51	121,84	48,40	73,44	3.153,07
28	may-16	\$ 3.153,07	121,84	47,30	74,54	3.078,53
29	jun-16	\$ 3.078,53	121,84	46,18	75,66	3.002,87
30	jul-16	\$ 3.002,87	121,84	45,04	76,80	2.926,07
31	ago-16	\$ 2.926,07	121,84	43,89	77,95	2.848,12
32	sep-16	\$ 2.848,12	121,84	42,72	79,12	2.769,01
33	oct-16	\$ 2.769,01	121,84	41,54	80,30	2.688,70
34	nov-16	\$ 2.688,70	121,84	40,33	81,51	2.607,19
35	dic-16	\$ 2.607,19	121,84	39,11	82,73	2.524,46
36	ene-17	\$ 2.524,46	121,84	37,87	83,97	2.440,49
37	feb-17	\$ 2.440,49	121,84	36,61	85,23	2.355,26
38	mar-17	\$ 2.355,26	121,84	35,33	86,51	2.268,75
39	abr-17	\$ 2.268,75	121,84	34,03	87,81	2.180,94
40	may-17	\$ 2.180,94	121,84	32,71	89,13	2.091,81
41	jun-17	\$ 2.091,81	121,84	31,38	90,46	2.001,35
42	jul-17	\$ 2.001,35	121,84	30,02	91,82	1.909,53
43	ago-17	\$ 1.909,53	121,84	28,64	93,20	1.816,34
44	sep-17	\$ 1.816,34	121,84	27,25	94,59	1.721,74
45	oct-17	\$ 1.721,74	121,84	25,83	96,01	1.625,73
46	nov-17	\$ 1.625,73	121,84	24,39	97,45	1.528,28
47	dic-17	\$ 1.528,28	121,84	22,92	98,92	1.429,36
48	ene-18	\$ 1.429,36	121,84	21,44	100,40	1.328,96
49	feb-18	\$ 1.328,96	121,84	19,93	101,90	1.227,06
50	mar-18	\$ 1.227,06	121,84	18,41	103,43	1.123,62
51	may-18	\$ 1.123,62	121,84	16,85	104,98	1.018,64
52	jun-18	\$ 1.018,64	121,84	15,28	106,56	912,08
53	jul-18	\$ 912,08	121,84	13,68	108,16	803,92
54	ago-18	\$ 803,92	121,84	12,06	109,78	694,14
55	sep-18	\$ 694,14	121,84	10,41	111,43	582,71
56	oct-18	\$ 582,71	121,84	8,74	113,10	469,62
57	nov-18	\$ 469,62	121,84	7,04	114,80	354,82
58	dic-18	\$ 354,82	121,84	5,32	116,52	238,30
59	ene-19	\$ 238,30	121,84	3,57	118,26	120,04
60	feb-19	\$ 120,04	121,84	1,80	120,04	0,00
			7.310,35	2.512,29	4.798,06	-

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

5.5. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.

Los Activos Fijos pierden su valor por su uso o por obsolescencia, para compensar esta pérdida se utiliza el método de depreciación contable.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{C. Historico} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Útil}}$$

CUADRO N. 49 Tabla Depreciación

DEPRECIACIONES			
Bien	Valor	Vida Útil	Depreciación anual
Maquinaria	930,00	10	93,00
Equipos de Oficina	900,00	3	300,00
Muebles de Oficina	1.980,00	10	198,00
SUBTOTAL			591,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

5.6. ESTADOS PROFORMA

Balance de Arranque.

Toda empresa tiene un punto de partida que se refleja en un balance contable, el cual se denomina

Estado de Situación Inicial.

CUADRO N. 50 Estado de Situación Inicial

BALANCE GENERAL INICIAL					
ACTIVO			PASIVO		
CIRCULANTE					
Capital de Trabajo	4.086,12		Préstamo Terceros	4.798,06	
Gastos preoperacionales	1.500,00				
Total Activo Circulante			Impuestos por pagar		
		5.586,12			4.798,06
ACTIVO FIJO			PATRIMONIO		
Terreno e infraestructura	200,00		Capital Propio	4.798,06	
Equipos de Oficina	900,00		Utilidad Neta Acumulada		
Vehículo	-				4.798,06
Maquinaria	930,00				
Muebles de Oficina	1.980,00				
Total Activo Fijo		4.010,00			
TOTAL ACTIVOS		9.596,12			9.596,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Balance de Resultados.

Considerando los supuestos anteriormente mencionados se proyecta el estado de rentas y gastos por el lapso de cinco años, en él se puede observar los principales conceptos de ingresos y egresos, así como sus montos.

CUADRO N. 51 Estado de Resultados

ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	19.500,00	25.740,00	30.030,86	37.754,49	42.473,81
Costo de Ventas	9.326,80	11.808,72	14.544,37	17.558,18	20.876,16
Utilidad Bruta en Venta	10.173,20	13.931,28	15.486,48	20.196,32	21.597,64
Gastos de Administración y Ventas	5.217,70	5.635,11	6.085,92	6.572,80	7.098,62
Gastos de Promoción y Publicidad	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Intereses y amortización préstamo	1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07
Utilidad Antes de Part. Trabajador	1.693,43	4.854,09	5.760,49	9.765,65	10.401,57
Participación Trabajadores 15%	254,01	728,11	864,07	1.464,85	1.560,24
Utilidad antes de Impuestos	1.439,42	4.125,98	4.896,42	8.300,80	8.841,34
Impuesto a la Renta 22%	316,67	907,72	1.077,21	1.826,18	1.945,09
Utilidad Neta	1.122,75	3.218,26	3.819,21	6.474,63	6.896,24
Utilidad Acumulada	1.122,75	4.341,01	8.160,21	14.634,84	21.531,08
Ganancia Sobre Ventas	5,76%	12,50%	12,72%	17,15%	16,24%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 52 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		19.500,00	25.740,00	30.030,86	37.754,49	42.473,81
Costo de Ventas		9.326,80	11.808,72	14.544,37	17.558,18	20.876,16
Participación Canal de Distribución		-	-	-	-	-
Gastos Administrativos y de Ventas		5.217,70	5.635,11	6.085,92	6.572,80	7.098,62
Gastos de Promoción y Publicidad		1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Depreciaciones		591,00	591,00	591,00	591,00	591,00
Intereses y Amortización Préstamo		1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07
Utilidades Antes de Part. Trabajadores		1.102,43	4.263,09	5.169,49	9.174,65	9.810,57
Participación Trabajadores 15%		165,36	639,46	775,42	1.376,20	1.471,59
Utilidad antes de Impuestos		937,07	3.623,63	4.394,07	7.798,45	8.338,99
Impuesto a la Renta 22%	0,22	206,15	797,20	966,69	1.715,66	1.834,58
Utilidad Neta		730,91	2.826,43	3.427,37	6.082,79	6.504,41
Depreciaciones		591,00	591,00	591,00	591,00	591,00
Amortización		(650,34)	(777,56)	(929,67)	(1.111,53)	(1.328,96)
Inversión	(5.510,00)					
Capital de Trabajo	(4.086,12)					
FLUJO DE CAJA	(9.596,12)	671,57	2.639,87	3.088,71	5.562,27	5.766,45

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Valor Presente Neto o (VPN).

El Valor Presente Neto permite determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y evaluar la inversión del capital utilizado en éste período, para lo cual se utilizara una tasa de redescuento del 15,00%.

CUADRO N. 53 Cálculo del Valor Presente Neto

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		19.500,00	25.740,00	30.030,86	37.754,49	42.473,81
Costo de Ventas		9.326,80	11.808,72	14.544,37	17.558,18	20.876,16
Participación Canal de Distribución		-	-	-	-	-
Gastos Administrativos y de Ventas		5.217,70	5.635,11	6.085,92	6.572,80	7.098,62
Gastos de Promoción y Publicidad		1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Depreciaciones		591,00	591,00	591,00	591,00	591,00
Intereses y Amortización Prestamo		1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07	1.462,07
Utilidades Antes de Part. Trabajadores		1.102,43	4.263,09	5.169,49	9.174,65	9.810,57
Participación Trabajadores 15%		165,36	639,46	775,42	1.376,20	1.471,59
Utilidad antes de Impuestos		937,07	3.623,63	4.394,07	7.798,45	8.338,99
Impuesto a la Renta 22%	0,22	206,15	797,20	966,69	1.715,66	1.834,58
Utilidad Neta		730,91	2.826,43	3.427,37	6.082,79	6.504,41
Depreciaciones		591,00	591,00	591,00	591,00	591,00
Amortización		(650,34)	(777,56)	(929,67)	(1.111,53)	(1.328,96)
Inversión	(5.510,00)					
Capital de Trabajo	(4.086,12)					
FLUJO DE CAJA	(9.596,12)	671,57	2.639,87	3.088,71	5.562,27	5.766,45
VAN	\$ 10.658,15				TIR	18,48%
	\$ 1.062,03					
FLUJO DE CAJA	(9.596,12)	671,57	2.639,87	3.088,71	5.562,27	5.766,45
Periodo de recuperación	(9.596,12)	(8.924,55)	(6.284,69)	(3.195,98)	2.366,28	8.132,73
Tasa de descuento (TMAR)	15,00%					

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

$$VPN = \Sigma FNA - \text{Inversión}$$

$$VPN = 10.658,15 - 9.596,12$$

$$VPN = 1.062,03$$

El Valor Presente Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutarse. Invertir 9.596,12 Usd. En este proyecto permitirá que en el lapso de 5 años obtenga un flujo de caja actualizado de 1.062,03 Usd, que representa un superávit sobre la inversión general realizada.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

El TIR permite determinar la tasa de descuento a la cual el VAN es igual a cero.

CUADRO N. 54 Tasa Interna de Retorno

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO			
AÑO	FLUJO DE CAJA	TASA REDESCUENTO 1	TASA REDESCUENTO 2
		15,00%	18,4838%
1	671,57	583,97	566,80
2	2.639,87	2.295,54	1.880,46
3	3.088,71	2.685,83	1.856,95
4	5.562,27	4.836,75	2.822,38
5	5.766,45	5.014,30	2.469,53
	17.728,86	15.416,40	9.596,12
Inversión Inicial		(9.596,12)	(9.596,12)
VAN		5.820,27	(0,01)

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ Inf. + \frac{VPN\ Tasa\ Inf. - VPN\ Tasa\ Sup.}{T.\ Sup. - T.\ Inf.}$$

$$TIR = 18,48\%$$

De acuerdo con el resultado la Tasa Interna de Retorno es del 18,48%, misma que es superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del 15.00%, lo que permite concluir que el proyecto se considera factible, siempre que las condiciones se encuentren dentro de los escenarios planteados.

Período de Recuperación de la Inversión (PRI).

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, para ello es necesario que los flujos anuales sean positivos.

CUADRO N. 55 Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				
PERIODO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO NETO ACUMULADO	INV. INICIAL - FLUJO CAJA
1	671,57	583,97	583,97	(9.012,15)
2	2.639,87	2.295,54	2.879,51	(6.132,64)
3	3.088,71	2.685,83	5.565,34	(567,30)
4	5.562,27	4.836,75	10.402,09	9.834,80
5	5.766,45	5.014,30	15.416,40	25.251,19
Inversión inicial		(9.596,12)		
TIEMPO DE RECUPERACION 3 AÑOS Y 21 DÍAS				

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Con los datos del flujo de fondos, se puede concluir que la inversión se recuperará en tres años veinte y un días.

Relación Beneficio Costo.

Este relación permite evaluar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual se utilizan los valores actualizados de los flujos de caja de ingresos y egresos proyectados durante la vida del proyecto.

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno de la inversión.

Si B/C es menor que 1, no existe un adecuado retorno de la inversión.

Si el B/C es igual a 1, representa que la inversión realizada es indiferente considerando el retorno de la inversión, es decir el proyecto no es aceptable ya que equivaldría a no haber hecho nada.

Para el cálculo de la relación Beneficio Costo se utiliza la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

CUADRO N. 56 Relación Costo Beneficio Ingresos y Egresos. Actualizados

RELACION COSTO BENEFICIO INGRESOS ACTUALIZADOS / EGRESOS ACTUALIZADOS							
PERIODOS		1	2	3	4	5	VALOR ACTUAL ACUMULADO
INGRESOS		19.500,00	25.740,00	30.030,86	37.754,49	42.473,81	
EGRESOS		19.419,43	23.691,13	27.533,15	32.783,23	37.298,36	
TASA REDESCUENTO	15%						
INGRESOS DEFLACTADOS		16.956,52	19.463,14	19.745,78	21.586,25	21.116,99	98.868,68
EGRESOS DEFLACTADOS		16.886,46	17.913,90	18.103,49	18.743,92	18.543,88	90.191,65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

$$B/C = \frac{98.868,68}{90.191,65}$$

$$B/C = 1,10$$

La Relación B/C es de 1,10 Usd., es decir que por cada unidad de dólar invertido la rentabilidad que se obtiene es del 0,10 ctvs. Lo que significa que para este caso el cálculo del Beneficio/Costo es mayor que uno, por lo que existe retorno de la inversión.

Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio, es aquel nivel en donde los ingresos son iguales a los costos, sirve como referencia para establecer el nivel de ventas en unidades y en cantidad para comenzar a generar utilidades. A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto para el primer año.

CUADRO N. 57 Datos del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Detalle	Costo Variable Unit.	Precio de Vta.	Producción Anual	CVU/PV	1-(CVU/PV)	Ventas Totales
Camisas bordadas	21,11	25,00	624	0,84	0,16	19.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N. 58 Calculo del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PE = CF/(1-(CVU/PV))	
PE\$ = Punto de equilibrio en dólares	55.981,59
CF = Costos Fijos	8.720,42
CP = Total Contribución Ponderada	0,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró la siguiente formula:

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Precio de Venta}}}$$

Para que el proyecto encuentre un equilibrio económico es necesario que se generen ingresos por 55.981,59 Usd., para que no existan ni perdidas ni ganancias.

CUADRO N. 59 Cuadro Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera

RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA	
VPN	\$ 1.062,03
TIR	18,48%
B/C	1,10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

Al iniciar las actividades productivas de una empresa, se hace necesario contar con una identificación propia, nombre y/o logotipo que le identifique y le permita reconocerla fácilmente.

“Camisas Artesanales Bordadas a Mano”

“KIMBERLY”

6.2. PROPUESTA ESTRATÉGICA

MISIÓN

Producir y comercializar Camisas artesanales bordadas a mano que satisfagan los gustos y preferencias de nuestros clientes, en calidad, modelos y diseños.

VISIÓN

En el horizonte de cinco años, seremos una microempresa artesanal líder en la producción y comercialización de camisas bordadas a mano, con productos de primera calidad y bordadoras motivadas, comprometidas con la calidad del producto y satisfacción del cliente.

VALORES

Los valores morales que orientarán las acciones de la Microempresa son:

Honestidad y transparencia

Promueve la actuación íntegra del ser humano en cada uno de sus actos para con la sociedad, clientes, organizaciones públicas y privadas.

Compromiso

Con sí mismos, con el equipo de trabajo, para con la microempresa, con el cliente y con la sociedad en general.}

6.3. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

6.3.1. Objetivo general

Posesionarse en el mercado de camisas artesanales bordadas a mano, mediante de productos de calidad y personal comprometido y motivado.

6.3.2. Objetivos específicos

Captar el veinte por ciento del mercado de camisas artesanales bordadas a mano.

6.4. ASPECTOS LEGALES

La microempresa para su funcionamiento legal dispondrá de personería Unipersonal, para lo cual será necesario disponer de:

PATENTE MUNICIPAL

El valor de la patente para este tipo de empresa es de 40.00 usd., más el valor correspondiente al permiso de bomberos USD 20,00 usd.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Un requisito para el funcionamiento legal de la microempresa es el Registro Único de Contribuyentes o más conocido como RUC, para lo cual se requiere:

Fotocopia de la Cédula de Identidad del Representante legal.

Original y copia del Certificado de Votación.

Fotocopia que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrolla la actividad económica, recibo de luz, agua o teléfono.

CÁMARA DE PRODUCCIÓN

Toda empresa productiva que desarrolle su actividad productiva en el cantón, debe afiliarse a la cámara de la producción, sus requisitos son:

Copia del RUC, cedula de ciudadanía y certificado de votación.

Certificado de honorabilidad

Declaración juramentada del capital invertido

Pago mensual a la cámara de cinco dólares

Tres fotografías tamaño carné.

6.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA

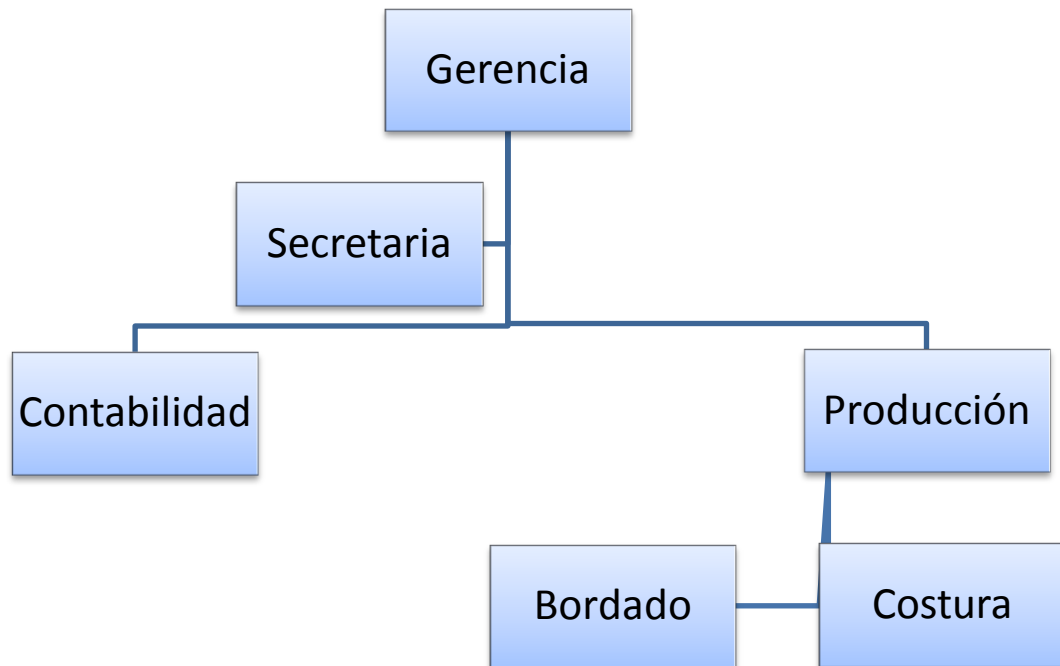
La estructura orgánica de la empresa de “Camisas Artesanales Bordadas a Mano KIMBERLY”, se encuentra organizada como se indica:

- ✓ Gerente
- ✓ Secretaria
- ✓ Contadora
- ✓ Jefe de Producción
- ✓ Costurera
- ✓ Bordadora

La estructura orgánica funcional propuesta ha sido considerada como la indicada para cumplir con la Misión y propender alcanzar la visión propuesta.

ESTRUCTURA ORGANICA FUNCIONAL

MICROEMPRESA ARTESANAL DE CAMISAS BORDADAS A MANO “KYMBERLY”



“Camisas Artesanales Bordadas a Mano” “KYMBERLY”

6.6. MANUAL DE FUNCIONES

Contenido

OBJETIVO Y ALCANCE

Objetivo.-

El manual de funciones es una herramienta administrativa que permite conocer las características más importantes de cada uno de los puestos que conforman la microempresa.

Alcance.-

El presente manual de funciones comprende el nivel directivo, operativo y de apoyo, en cada una de las áreas funcionales establecidas en el organigrama de la institución.

Funciones de las unidades organizacionales**1. Gerencia**

1.1. Gerente

2. Contabilidad

2.1. Contador

3. Producción

3.1. Jefe de Producción

3.2. Bordadora

3.3. Costurera

4. Secretaría

4.1. Secretaria

Descripción de Puestos

unidad:	Gerencia
Puesto:	Gerente
Reporta:	Accionistas
Supervisa:	Personal Administrativo, Contable y Productivo.
Naturaleza del puesto:	Representa a la Microempresa, planifica, organiza, dirige, controla y evalúa la gestión, vigila el cumplimiento de objetivos y estrategias en el campo administrativo, financiero y productivo.
Funciones y responsabilidades:	a. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Microempresa. b. Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la gestión administrativa, financiera y operativa del Microempresa.

	<ul style="list-style-type: none"> c. Formular el plan estratégico y plan de operación anual para aprobación de accionistas. d. Presentar el plan de trabajo operativo anual y su presupuesto, para conocimiento y aprobación de accionistas. e. Aprobar programas de trabajo e informes de gestión de la microempresa. f. Administrar de manera eficaz y eficiente los recursos de la Microempresa. g. Acercamiento con clientes corporativos y proveedores h. Control de los procesos de producción- ventas i. Establecer los procesos administrativos y sistemas de apoyo necesarios para un eficiente funcionamiento de la Microempresa. j. Formular e implementar manuales e instructivos que contribuyan a su gestión. k. Otras que tengan directa relación con la naturaleza de su función.
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	<p>Para evaluar su gestión se consideraran básicamente los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Logros administrativos y financieros señalados en el Plan estratégico. b. Consecución de metas del Plan operativo anual. c. Compromiso y participación del talento humano, trabajo en equipo.
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> a. Formación superior en Profesiones administrativas o afines. a. Experiencia de 3 años en dirección de empresas Artesanales.
Características PERSONALES:	<ul style="list-style-type: none"> a. Condiciones para liderar grupos de trabajo de diversas especialidades.

	<ul style="list-style-type: none"> b. Poseer valores éticos y morales. c. Capacidad e iniciativa para solucionar problemas de diferente naturaleza. d. Facilidad de expresión para transmitir sus ideas con claridad. e. Habilidad para manejar situaciones complejas con gran sentido práctico.
--	--

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Unidad:	Contabilidad
Puesto:	Contador
Reporta:	Gerente
Supervisa:	N.A.
Naturaleza del puesto:	Planificación, organización, dirección, y control de la actividad contable de la Microempresa.
Funciones y responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> a. Planificar, organizar, dirigir y controlar las labores de contabilidad. b. Coordinar con la Gerencia la consolidación del registro contable presupuestario. c. Elaborar y suscribir los balances contables y estados financieros. d. Coordinar Labores de contabilidad con las unidades del Microempresa. e. Realizar el control previo y concurrente de las cuentas

	<p>correspondientes a la Microempresa.</p> <p>f. Participar en la elaboración de la proforma presupuestaria y establecer los balances contables.</p> <p>g. Controlar costos operativos</p> <p>h. Asesorar a la Gerencia y demás funcionarios en la ejecución y control contable.</p> <p>i. Diseñar y mantener los instructivos de contabilidad.</p> <p>j. Las demás funciones que dispongan los reglamentos y normas internas, conforme a la naturaleza del puesto.</p>
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	<p>Para evaluar su gestión se consideraran básicamente los siguientes indicadores:</p> <p>a. Disponibilidad de información contable y financiera de manera oportuna y confiable.</p> <p>b. Cumplimiento de normas y procedimientos contables.</p>
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	<p>a. Contador Público Autorizado.</p> <p>b. Experiencia mínima de 3 años en actividades similares.</p>
Características PERSONALES:	<p>a. Poseer valores éticos y morales, honradez, objetividad, franqueza, responsabilidad, confidencialidad e integridad.</p> <p>b. Capacidad e iniciativa para solucionar problemas relacionados con su ejercicio profesional.</p> <p>c. Facilidad de expresión para transmitir sus ideas con claridad.</p>

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

unidad:	Secretaría
Puesto:	Secretaria
Reporta:	Gerente
Supervisa:	N.A.
Naturaleza del puesto:	Ejecución de labores de secretariado
Funciones y responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> a. Mecanografiar oficios, memorandos y otros documentos de oficina. b. Redactar correspondencia de rutina. c. Atender y efectuar llamadas telefónicas. d. Mantener actualizado el archivo de la unidad. e. Concertar audiencias. f. Receptar correspondencia de rutina y despachar. g. Atender al público y a trabajadores de la institución en información de trámites que se realizan en la unidad. h. Orientar al público sobre asuntos que compete a la Microempresa. i. Las demás funciones que dispongan la autoridad competente, conforme a la naturaleza del puesto.
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	<p>Para evaluar su gestión se consideraran básicamente los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Calidad y oportunidad de trabajo de secretaria. b. Gestión de archivos y documentación. c. Capacidad de apoyo a la gestión institucional.
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> a. Secretariado o tecnología. b. Experiencia de 2 años como Secretaria.
Características PERSONALES:	<ul style="list-style-type: none"> a. Poseer una personalidad equilibrada, proactiva. b. Capacidad para adaptarse a los cambios. c. Habilidad de comunicación escucha activa.

	d. Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades. e. Disposición para trabajar en equipo. f. Tacto y prudencia para manejar situaciones diversas. g. Espíritu de superación.
--	--

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Puesto:	Jefe de Producción
Reporta:	Gerente
Supervisa:	Bordadoras y Costurera
Naturaleza del puesto:	Planificación y Control de calidad de la producción.
Funciones y responsabilidades:	Planificar que clases o tipos de blusas se va a producir. Controlar la producción de las blusas en base a hojas de producción. Determinar cuánto y que material se utilizó en el producto.
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	Cumplimiento de planes de producción
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	Debe tener experiencia en el medio.
Características PERSONALES:	Habilidad expresiva. Trabajo en equipo. Capacidad de trabajo bajo presión.

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Puesto:	Cortador
Reporta:	Jefe de producción
Supervisa:	
Naturaleza del puesto:	Diseñar el modelo y corte de las diferentes prendas que se elaboran en la empresa.
Funciones y responsabilidades:	Realizar el trazado de cada uno de los modelos de prendas. Desarrollar el corte de diseños. Coordinar el suministro de materias primas.
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	Cumplimiento de tallas, medidas y volúmenes de producción
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	Bachiller en corte y confección Experiencia dos años en el trazado y corte de prendas de vestir Amplios conocimientos en trazos. Facilidad de trazar de acuerdo a patrones
Características PERSONALES:	Cooperación y creatividad. Iniciativa Honestidad.

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Puesto:	Bordador
Reporta:	Jefe de Producción
Supervisa:	
Naturaleza del puesto:	Bordar a mano diferentes figuras diseñadas en la prenda
Funciones y responsabilidades:	Bordar los diseños con hilo orlón o suizo en distintos colores y matices.
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	Calidad y cantidad de bordados
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	<p>No requiere formación académica</p> <p>Realiza el bordado de cada una de los dibujos de las prendas</p> <p>Experiencia en bordar prendas de vestir</p> <p>Facilidad para bordar diferentes diseños.</p> <p>Habilidad para combinar diferentes colores y matices.</p>
Características PERSONALES:	<p>Creatividad.</p> <p>Iniciativa, Ética profesional</p>

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Puesto:	Armador
Reporta:	Jefe de Producción
Supervisa:	
Naturaleza del puesto:	Confección de prendas de vestir
Funciones y responsabilidades:	Realizar el armado de las piezas de las diferentes prendas. Operar los equipos necesarios para la confección. Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	Calidad y cantidad de camisas armadas
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	Bachiller Corte y Confección Manejo de máquinas industriales. Experiencia en cargos similares. Amplios conocimientos en la confección de prendas de vestir. Facilidad para el manejo de máquinas de coser.
Características PERSONALES:	Cooperación y creatividad. Iniciativa

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

Descripción de Puestos

Puesto:	Vendedor
Reporta:	Gerente
Supervisa:	
Naturaleza del puesto:	Atención al cliente
Funciones y responsabilidades:	<p>Velar por la presentación del local de venta. .</p> <p>Ofertar el producto al cliente.</p> <p>Comunicación con el departamento de producción</p> <p>Buscar contactos para la comercialización del producto.</p> <p>Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato</p>
INDICADORES DE EVALUACIÓN:	Ventas realizadas
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:	Experiencia en ventas.
Características PERSONALES:	<p>Tener la capacidad de convencimiento en la oferta de mercadería.</p> <p>Buenas relaciones humanas</p> <p>Creatividad.</p> <p>Iniciativa</p>

Elaborado por:	
Aprobado por:	
fecha:	

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La evaluación de impactos o posibles consecuencias que podría ocasionar la ejecución del proyecto, es importante para determinar la incidencia positiva o negativa del proyecto en el entorno en que se desarrollará.

El análisis de impactos del presente proyecto se lo realizará determinando los ámbitos o áreas de influencia y una escala de evaluación, mediante la construcción de una matriz en cada ámbito con sus respectivos indicadores, asignando un nivel de impacto para cada uno de ellos, luego de lo cual se sumará, y el total se dividirá para el número de indicadores en cada matriz.

En la matriz se realizará un análisis, en el que se indicará la razón por la que se ha asignado un nivel de impacto a cada uno de los indicadores.

Al finalizar, se realizará una matriz consolidada en la que se ubicará los ámbitos seleccionados y el promedio obtenido en cada uno de ellos en el análisis individual, estableciendo de esta forma, el nivel de impacto general que tiene el proyecto.

Los principales ámbitos de impacto identificados con el presente proyecto son: socio – económico, empresarial, educativo, cultural y ambiental.

7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para realizar una mejor evaluación e interpretación de los impactos que el proyecto pueda tener sobre el medio en el que se va ejecutar, se hará uso de una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación de una microempresa para la producción y comercialización de Camisas bordadas a mano.

CUADRO N. 60 Tabla de ponderación/ matriz de impactos

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Alto positivo	3
Medio positivo	2
Bajo positivo	1
Indiferente	0
Bajo negativo	-1
Medio negativo	-2
Alto negativo	-3

Determinados los impactos a evaluar, se realizarán los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto con las escalas de puntuación, para luego realizar el análisis de impactos.

En la matriz se señala una valoración de niveles de impactos de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

Para calcular el valor de los impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

7.3. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

CUADRO N. 61 Impacto socio económico

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de empleo						X		2
Mejores condiciones económicas						X		2
Mejoramiento de calidad de vida						X		2
Total								6

Impacto Socio Económico = $6 / 3 = 2$ IMPACTO MEDIO POSITIVO

Este proyecto tiene incidencia socio económica medio positiva, ya que crea fuentes de trabajo para pobladores de la comunidad de Zuleta, lo cual contribuye a mejorar sus condiciones económicas y por ende su calidad de vida.

7.4. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

CUADRO N. 62 Impacto educativo cultural

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fortalecer actividad artesanal						X		2
Fomenta tradición						X		2
Difusión Cultural						X		2
Total								6

Impacto Educativo Cultural = $6 / 3 = 2$ IMPACTO MEDIO POSITIVO

La creación de una microempresa artesanal de Camisas bordadas a mano fortalecerá la actividad artesanal de la comunidad de Zuleta, permitirá a su vez fomentar la actividad tradicional se la comunidad ya las jóvenes de la comunidad prefieren otro tipo de actividades, por último la venta de productos artesanales permite difundir parte de la tradición y cultura de Zuleta.

7.5. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N. 63 Impacto ambiental

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Contaminación del agua				X				0
Contaminación del aire				X				0
Manejo de desechos solidos			X					.1
Total								1

Impacto Ambiental = $1 / 3 = 0,33 \approx 0$ INDIFERENTE

El funcionamiento de la microempresa de Camisas bordadas a mano no genera contaminación alguna del agua o del aire, ya que la materia prima, telas e hilos son comprados y utilizados en el proceso de producción, sin que se realice actividad alguna que sea contaminante, en cuanto al manejo de desechos sólidos, estos se evacuaran de conformidad con el servicio de recolección de basura de la comunidad, pues este no es abundante, ni contaminante.

7.6. MATRIZ GENERAL

CUADRO N. 64 Matriz general

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto Socio económico						X		2
Impacto Educativo cultural						X		2
Impacto Ambiental			X					-0,33
Total								3,67

Nivel General = $3 / 3 = 1,22 \approx 1$ IMPACTO POSITIVO

En la matriz general promedio se puede ver que el impacto socio económico, educativo cultural es positivo medio; en tanto que el impacto ambiental es indiferente, al promediar estos resultados obtenemos un impacto bajo positivo; por tanto la implementación del proyecto beneficiará a los participantes del mismo, evitando daños al medioambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El Diagnóstico Situacional permitió identificar condiciones adecuadas para la implementación de la microempresa de producción de Camisas bordadas a mano.

El Marco Teórico proporciona la información necesaria para sustentar en forma técnica cada una de las fases del proyecto realizado.

El Estudio de Mercado ha permitido determinar la existencia de un mercado que no está siendo debidamente atendido, lo cual permite afirmar que existen las condiciones necesarias para implementación del proyecto.

El estudio técnico ha permitido establecer las condiciones físicas, económicas, tecnológicas y de talento humano, así como los procesos productivos, para lograr un adecuado funcionamiento del proyecto.

La Evaluación Financiera del proyecto, ha permitido concluir que los indicadores financieros VAN, TIR y el índice costo/beneficio son favorables al proyecto, así como también la recuperación de la inversión, por tanto el proyecto es factible.

La propuesta estratégica comprende los elementos administrativos y organizacionales, funciones y responsabilidades en cada una de las funciones, lo cual consolida la ejecución y desarrollo del proyecto.

Los impactos ocasionados por el proyecto benefician directamente a la inversionista, bordadoras y comunidad en general, dinamizará la economía del sector mediante la creación de fuentes de trabajo e ingresos para los involucrados en el proyecto.

RECOMENDACIONES:

Potenciar las condiciones favorables de implementación y desarrollo del proyecto, dando a conocer las bondades del producto junto con las bondades turísticas y artesanales de la comunidad de Zuleta y el cantón Ibarra.

Profundizar la investigación del marco teórico sobre la producción y comercialización de productos artesanales en mercados locales e internacionales.

Considerar la posibilidad de fortalecer el desarrollo del proyecto mediante la atención a otro segmento de mercado, que demanda productos afines, como son las blusas para el género femenino, lo cual consolidaría el desarrollo del proyecto.

Las condiciones técnicas del proyecto deberán desarrollarse de manera gradual, de conformidad con el posicionamiento de la microempresa en el mercado.

Buscar nuevos mercados que permita incrementar los niveles de demanda y producción, a efectos de reducir los costos fijos de producción, lo cual permitirá mejorar los índices financieros de desarrollo del proyecto.

Crear la organización de conformidad con los requerimientos y perfiles organizacionales señalados en la propuesta estratégica.

Socializar los impactos positivos del proyecto con la comunidad, a efectos de incrementar el nivel de aceptación sobre la implementación del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR Ruth, Documento de Trabajo para la elaboración de proyectos de tesis, Editorial UTPL, Loja, Ecuador, 2001
- AROSEMENA Guillermo; El Comercio Exterior del Ecuador; Volumen III, Quito Ecuador, 2001.
- BACA. Gabriel, (2010), "Evaluación de Proyectos", Mac Graw Editores S.A., 6ta Edición. México.
- BLANES P. Joaquín; Diccionario de Términos Contables, Editorial Continental S.A. México 2006.
- BRAVO V. Mercedes; Contabilidad General, Sexta Edición, Editorial NUEVODIA, Quito Ecuador, 2005.
- CAICEDO Alex Yamil; Economía Internacional, Ediciones Tecno Press, Bogotá Colombia, 2006.
- CÁMARA NACIONAL DE MICROEMPRESAS, 2001.
- CANTOS. E, (2006), "Diseño y Gestión de Microempresas".
- CERDA Hugo, Como Elaborar Proyectos, Tercera Edición, Editorial Magisterio Colombia, 1999.
- CHAPMAN. Stephen, (2006), "Planificación y Control de la Producción", Editorial Pearson Educación, 1ra Edición. México.
- CHIAVENATO Idalberto; Administración, Proceso Administrativo, Tercera Edición, Mc Graw Hill, 2004.
- CHILQUINGA J. Manuel; Costos, Primera Edición, Imprenta Offset Graficolor, Ibarra Ecuador, 2007.
- CONUEP, Manual de Evaluación de Proyectos de Investigación, Imprenta Manosalvas, Cuenca, Ecuador. 1999
- COORDINACIÓN DE INVESTIGACIONES UTN, Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, Editorial Universitaria, Ibarra, Ecuador, 2005
- CÓRDOVA. Marcial, (2006), "Formulación y Evaluación de Proyectos", ECOE Ediciones. Bogotá.
- DIAS M. Jorge; Contabilidad General, Editorial ELITE, Lima Perú.
- ENCARTA ENCICLOPEDIA; Microsoft 2008.

FEDERACIÓN NACIONAL DE PEQUEÑAS INDUSTRIAS; FENAPI, 2007.

FERNÁNDEZ. Saúl, (2007), "Los Proyectos de Inversión", Editorial Tecnológica de Costa Rica, 1ra Edición. Costa Rica.

FLÓREZ. J, (2007), "Proyecto de Inversión para las PYME", Editorial Kimpres, 1ra Edición. Bogotá.

Galindo. Carlos, (2006), "Manual para la Creación de Empresas", COE Ediciones, 2da Edición. Bogotá.

GARCIA. Juan, (2008), "Contabilidad de Costos", Editorial McGraw-Hill, 3ra Edición. Madrid.

HANSEN, MOWEN, MARYANNE. M, (2007), "Administración De Costos: Contabilidad Y Control", Editorial Thomson, México. DF.

HERNÁNDEZ, Abraham, (2005), "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", 5ta Edición.

HORNGREN Y HARRISON; Contabilidad, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México, 2006.

INSTITUTO de estadísticas y censos INEC 2001.

JACOME. Walter, (2005), "Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión". Ibarra-Ecuador.

KOONTZ Harold y WEIHRICH Heinz; Elementos de Administración, Quinta Edición, Mc.Graw Hill, 2004.

LAMBING Peggy, Empresarios Pequeños y Medios, Editorial Prentice Hall, México, México, n/n.

LEIVA. Juan, (2007), "Los Emprendedores y la Creación de Empresas", Editorial Tecnológica de Costa Rica, 1ra Edición. Costa Rica.

MUNICIPIO de Ibarra.

MUÑOZ G. Mario, Perfil de la Falibilidad, Edición Primera, Editorial MASTER'S, Ecuador, n/n.

ORTIZ A. Héctor; Análisis Financiero Aplicado, D'VINNI Editorial Ltda. Bogotá Colombia.

POSSO Miguel, Metodología para el Trabajo de Grado de Tesis y Proyectos, 2da Edición, Editorial NINA, Ibarra, Ecuador, 2005.

PRIETO H. Jorge; Guía Práctica para el Diagnóstico Empresarial, Ediciones ECOE, 2003.

RALPH Polimeni; Manual de Contabilidad de Costos, Mc.Graw Hill, 2003.

STARR Martín, Administración de Producción, Sistemas y Síntesis, Editorial Prentice Hall, Cali, Colombia, n/n.

STERN. Louis, (2005), "Canales de Comercialización", Editorial Prentice Hall, 5ta Edición. México.

VÁSCONEZ José; Contabilidad de Costos, Editorial Latinoamericana, 2004.

VINUEZA Andrea, Procesos de Producción de Textiles, Editorial grupo CEAC, Bogotá, Colombia, n/n.

WESTEN Fred, Fundamentos de Administración Financiera, Editorial MCGraw-Hill, México, México, n/n.

ZAPATA S. Pedro, Contabilidad Genral, Mc.Graw Hill Interamericana, S.A. Bogotá Colombia, 2005.

LINCONGRAFÍA

www.camari.org.ec

www.conectando.org.sv

www.elmercurio.com.ec

www.hoyonline.com

www.mira.gov.ec

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Objetivo: La presente encuesta tiene por finalidad conocer las condiciones de la actividad artesanal de Zuleta y sus bordadoras.

- 1 Cuantos años de actividad artesanal tiene usted?
De 1 a 5 -----
De 6 a 10 -----
De 11 a 15 -----
De 16 a 20 -----
Más de 20 -----

- 2 Sus clientes son de procedencia.
Local -----
Provincial -----
Nacional -----
Internacional -----

- 3 La mayoría de sus clientes son?
Hombres -----
Mujeres -----

- 4 Cuantas prendas de vestir produce en forma?
Semanal -----
Mensual -----
Trimestral -----
Semestral -----
Anual -----

- 5 Indique el tipo de materia prima que utiliza para la elaboración de camisas bordadas?
Algodón -----
Seda -----
Hilos -----
Botones -----
Otra -----

- 6 La procedencia de la materia prima utilizada es?
Nacional -----
Importada -----

- 7 Pertenece usted a alguna asociación de productoras de Zuleta?
Si -----
No -----
- 8 Podría usted a nivel personal producir para otra persona?
Si -----
No -----
- 9 Cuantas prendas produce mensualmente?
Camisas -----
Blusas -----
- 10 Que precio tiene cada prenda?
Camisas -----
Blusas -----
- 11 Qué precio tiene cada bordado?
Precio de Venta por Bordado
Camisas -----
Blusas -----
- 12 Donde vende sus prendas bordadas.
En la feria de Zuleta -----
Entrega a locales de venta de artesanías -----
En los mercados artesanales -----
Otras -----
- 13Cuál es su principal competencia?
Artesanas de Zuleta -----
Almacenes de venta de artesanías -----
Mercados artesanales -----
Otros -----

Datos Técnicos

Edad Años:

- 18 – 25 -----
26 – 35 -----
36 – 45 -----
46 – 55 -----
56 – 65 -----
>66 -----

Nivel de estudios:

- Primaria -----
Secundaria -----
Superior -----



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

Objetivo.- La presente encuesta tiene por finalidad conocer gustos y preferencias del consumidor de camisas y blusas bordadas a mano.

- | | | |
|---|-----------------------|------|
| 1 | GENERO | |
| | Masculino | ---- |
| | Femenino | ---- |
| 2 | EDAD (años) | |
| | Menos de 25 | ---- |
| | De 25 - 34 | ---- |
| | De 35 - 44 | ---- |
| | De 45 a 54 | ---- |
| | De 55 a 65 | ---- |
| | Más de 65 | ---- |
| 3 | ACTIVIDAD LABORAL | |
| | Quehaceres domésticos | ---- |
| | Desempleado | ---- |
| | Jubilado | ---- |
| | Estudiante | ---- |
| | Empleado Privado | ---- |
| | Empleado Público | ---- |
| | Empresario | ---- |
| | Otro | ---- |
| 4 | FORMACION ACADEMICA | |
| | Sin estudios | ---- |
| | Primaria | ---- |
| | Secundaria | ---- |
| | Superior | ---- |
| 5 | LUGAR DE PROCEDENCIA | |
| | Imbabura | ---- |
| | Otras provincias | ---- |
| | Internacional | ---- |

- 6 INGRESOS MENSUALES
- | | |
|---------------|-------|
| Menor a 200 | ----- |
| De 201 a 400 | ----- |
| De 401 a 600 | ----- |
| De 601 a 800 | ----- |
| De 801 a 1000 | ----- |
| Más de 1000 | ----- |
- 7 GUSTO POR LAS PRENDAS BORDADAS
- | | |
|----------------------------|-------|
| Me gusta mucho | ----- |
| Me gusta | ----- |
| No me gusta ni me disgusta | ----- |
| No me gusta | ----- |
| Me disgusta | ----- |
- 8 POSEE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS
- | | |
|----|-------|
| Si | ----- |
| No | ----- |
- 9 DE SER POSITIVA SU RESPUESTA INDIQUE CON QUE FRECUENCIA COMPRA PRENDAS DE VESTIR BORDADAS?
- | | |
|------------|-------|
| Mensual | ----- |
| Trimestral | ----- |
| Semestral | ----- |
| Anual | ----- |
| Otra | ----- |
- 10 PREFIERE PRENDAS BORDADAS EN:
- | | |
|---------|-------|
| Hilo | ----- |
| Algodón | ----- |
| Seda | ----- |
- 11 CUANTOS DOLARES ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR CADA CAMISA O BLUSA BORDADA?
- | | |
|------------|-------|
| De 10 a 15 | ----- |
| De 16 a 20 | ----- |
| De 21 a 25 | ----- |
| De 26 a 30 | ----- |
| Más de 31 | ----- |
- 12 SI NO DISPONE DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS INDIQUE POR QUE RAZON?
- | | |
|--------------|-------|
| Calidad | ----- |
| Precio | ----- |
| Diseño | ----- |
| Falta oferta | ----- |

- | | | |
|--|-------|-------|
| | Otros | ----- |
|--|-------|-------|
- 13 EN QUE DIAS Y HORAS HABITUA REALIZAR SUS COMPRAS?
- | | | |
|--|--------------------|-------|
| | De Lunes a Viernes | ----- |
| | Fines de Semana | ----- |
| | En la Mañana | ----- |
| | En la Tarde | ----- |
- 14 QUE IMPORTANCIA DA A LOS SIGUIENTES ELEMENTOS
- | | | |
|--|---------------------------|-------|
| | Variedad de la Oferta | ----- |
| | Calidad de los Productos | ----- |
| | Precio | ----- |
| | Atención al Cliente | ----- |
| | Forma de pago | ----- |
| | Servicios Complementarios | ----- |
| | Horarios de Atención | ----- |
| | Promociones y Ofertas | ----- |
| | Servicio Posventa | ----- |
| | Otro | ----- |
- 15 CUAL ES SU MEDIO DE COMUNICACION PREFERIDO
- | | | |
|--|----------------|-------|
| | Radio | ----- |
| | Prensa escrita | ----- |
| | Televisión | ----- |
| | Revistas | ----- |